



3 1761 11970293 4



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761119702934>

HOUSE OF COMMONS**Issue No. 1**

Thursday, February 10, 1994
 Tuesday, February 15, 1994
 Tuesday, February 22, 1994
 Tuesday, March 22, 1994
 Thursday, March 24, 1994
 Tuesday, April 12, 1994

Chair: Roger Simmons

**CHAMBRE DES COMMUNES****Fascicule n° 1**

Le jeudi 10 février 1994
 Le mardi 15 février 1994
 Le mardi 22 février 1994
 Le mardi 22 mars 1994
 Le jeudi 24 mars 1994
 Le mardi 12 avril 1994

Président : Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the

Standing Committee on Health

Procès-verbaux et témoignages du

Comité permanent de la santé**RESPECTING:**

Organization Meeting pursuant to Standing Orders 106(1) and 106(2)

Consideration of routine motions and other items of business.

Discussion of various items of business

Future business

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging of Tobacco Products

CONCERNANT:

Séance d'organisation conformément aux articles 106(1) et 106(2) du Règlement

Examen des motions de routine et autres travaux.

Examen de sujets divers

Travaux futurs

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la banalisation des produits du tabac

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

MEMBERS

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur

ASSOCIATE MEMBERS

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

MEMBRES

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur

MEMBRES ASSOCIÉS

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

ORDERS OF REFERENCE

Extract from the Votes and Proceedings of the House of Commons of Tuesday, February 1, 1994

Mr. Milliken (Kingston and the Islands), from the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented the First Report of the Committee, which was read as follows:

Your Committee recommends that the Standing Committees of this House be composed of the Members listed below:

Health

Bridgman
de Savoye
Fry

Martin (Esquimalt-
Juan de Fuca)
Pagtakhan

Members/Membres

Patry
Picard (Drummond)
Scott (Fredericton-
York-Sunbury)

Simmons
Szabo
Ur—(11)

By unanimous consent, it was ordered,—That the First Report of the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented earlier this day, be concurred in.

ATTEST

Extract from the Votes and Proceedings of the House of Commons of Thursday, February 10, 1994

By unanimous consent, Mr. Milliken (Kingston and the Islands), from the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented the 3rd Report of the Committee, which was read as follows:

Your Committee recommends that the list of associate members for Standing Committees be as follows:

Health

Dalphonse-Guiral
Hill (MacLeod)

McLaughlin

Associate Members/Membres associés

Murphy

Simmons

By unanimous consent, on motion of Mr. Milliken (Kingston and the Islands), seconded by Mr. Robichaud (Beauséjour), it was ordered,—That the 3rd Report of the Standing Committee on Procedure and House Affairs, be concurred in.

ATTEST

Extract from the Votes and Proceedings of the House of Commons of Friday, February 18, 1994

Mr. Milliken (Kingston and the Islands), from the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented the 7th Report of the Committee, which was read as follows:

ORDRES DE RENVOI

Extrait des Procès-verbaux de la Chambre des communes du mardi 1er février 1994

M. Milliken (Kingston et les Îles), du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présente le 1^{er} rapport du Comité, qui est lu comme suit:

Votre Comité recommande que les comités permanents de la Chambre soient composés des députés dont les noms figurent ci-après:

Santé

Members/Membres

Patry
Picard (Drummond)
Scott (Fredericton-
York-Sunbury)

Simmons
Szabo
Ur—(11)

Du consentement unanime, il est ordonné,—Que le premier rapport du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, soit agréé.

ATTESTÉ

Extrait des Procès-verbaux de la Chambre des communes du jeudi 10 février 1994

Du consentement unanime, M. Milliken (Kingston et les Îles), du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présente le 3^e rapport du Comité, qui est lu comme suit:

Votre Comité recommande que la liste des membres associés aux comités permanents figurent ci-après:

Santé

Associate Members/Membres associés

Murphy

Simmons

Du consentement unanime, sur motion de M. Milliken (Kingston et les Îles), appuyé par M. Robichaud (Beauséjour), il est ordonné,—Que le 3^e rapport du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, soit agréé.

ATTESTÉ

Extrait des Procès-verbaux de la Chambre des communes du vendredi 18 février 1994

M. Milliken (Kingston et les Îles), du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présente le 7^e rapport de ce Comité, qui est lu comme suit:

Your Committee recommends that the name of the following Member be deleted from the list of Associate Members for the Standing Committee on Health:

Simmons

By unanimous consent, it was ordered,—That the 7th Report of the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented earlier today, be concurred in.

ATTEST

Votre Comité recommande que le nom du député suivant soit supprimé de la liste des membres associés du Comité permanent de la santé:

Du consentement unanime, il est ordonné,—Que le 7^e rapport du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présenté à la Chambre plus tôt aujourd'hui, soit agréé.

ATTESTÉ

Le Greffier de la Chambre des communes

ROBERT MARLEAU

Clerk of the House of Commons

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, FEBRUARY 10, 1994

(1)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 9:46 o'clock a.m. this day, in Room 371, West Block, for the purpose of organization.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

The Clerk of the Committee presided over the election of the Chair of the Committee.

On motion of Pierre de Savoye, it was agreed,—That Roger Simmons take the Chair of this Committee as Chair.

Accordingly, Roger Simmons was declared duly elected Chair of the Committee and took the Chair.

Keith Martin moved,—That Margaret Bridgman be elected Opposition Vice-Chair of the Committee.

Whereupon, Pierre de Savoye moved,—That Pauline Picard be elected Opposition Vice-Chair of the Committee.

Whereupon, Keith Martin moved,—That this election be conducted by secret ballot.

After debate, the question being put on the motion by Keith Martin,—That this election be conducted by secret ballot, it was, by a show of hands, negatived : YEAS: 2; NAYS: 8.

The question being put on the motion by Keith Martin,—That Margaret Bridgman be elected Opposition Vice-Chair of the Committee, it was by a show of hands, negatived : YEAS: 1; NAYS: 8.

The question being put on the motion by Pierre de Savoye,—That Pauline Picard be elected Opposition Vice-Chair of the Committee, it was, by a show of hands, agreed to: YEAS: 7; NAYS: 1.

On motion of Bernard Patry, it was agreed,—That Rey Pagtakhan be elected Vice-Chair of the Committee.

On motion of Bernard Patry, it was agreed,—That the Chair, the Vice-Chairs and two other members appointed by the Chair, after the usual consultations with the Whips and the Coordinator of the different Parties, do compose the Sub-Committee on Agenda and Procedure.

At 10:20 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

TUESDAY, FEBRUARY 15, 1994

(2)

The Standing Committee on Health met at 9:05 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Chairman, Roger Simmons, presiding.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee met to consider routine motions and other items of business.

PROCÈS-VERBAUX

LE JEUDI 10 FÉVRIER 1994

(1)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 h 46, dans la salle 371 de l'édifice de l'Ouest, pour organiser ses travaux.

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

La greffière procède à l'élection du président.

Sur motion de Pierre de Savoye, il est convenu,—Que Roger Simmons soit élu président du Comité.

Roger Simmons, déclaré dûment élu président du Comité, prend place au fauteuil.

Keith Martin propose,—Que Margaret Bridgman soit élue vice-présidente du Comité pour l'opposition.

Pierre de Savoye propose,—Que Pauline Picard soit élue vice-présidente du Comité pour l'opposition.

Keith Martin propose alors,—Que l'élection se déroule au scrutin secret.

Après débat, la motion de Keith Martin: Que l'élection se déroule au scrutin secret, mise aux voix à main levée, est rejetée par 8 voix contre 2.

La motion de Keith Martin: Que Margaret Bridgman soit élue vice-présidente du Comité pour l'opposition, mise aux voix à main levée, est rejetée par 8 voix contre 1.

La motion de Pierre de Savoye: Que Pauline Picard soit élue vice-présidente du Comité pour l'opposition, mise aux voix à main levée, est adoptée par 7 voix contre 1.

Sur motion de Bernard Patry, il est convenu,—Que Rey Pagtakhan soit élu vice-président du Comité.

Sur motion de Bernard Patry, il est convenu,—Que le président, les deux vice-présidents et deux autres membres désignés par le président après les consultations d'usage avec les whips et le coordonnateur des partis, forment le Sous-comité du programme et de la procédure.

À 10 h 20, le Comité s'adjourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

LE MARDI 15 FÉVRIER 1994

(2)

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 h 05, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Roger Simmons (président).

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité se réunit pour adopter des motions de routine et procéder à d'autres travaux.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur

On motion of Rey Pagtakhan, seconded by Pauline Picard, it was agreed,—That the Committee retain the services of one or more Research Officers from the Library of Parliament, as needed, to assist the Committee in its works, under the direction of the Chairman and the Committee.

On motion of Rey Pagtakhan, seconded by Pauline Picard, it was agreed,—That the Committee only print its *Minutes of Proceedings and Evidence* when it receives evidence and that the number of copies printed be in accordance with the Board of Internal Economy guidelines.

On motion of Rey Pagtakhan, seconded by Pauline Picard, it was agreed,—That, in accordance with Standing Order 118(2), the Chairman be authorized to hold meetings in order to receive and authorize the printing of evidence when a quorum is not present provided that at least three (3) Members are present, including a Member of the opposition.

On motion of Rey Pagtakhan, seconded by Pauline Picard, it was agreed,—That during the questioning of witnesses, at any meeting of this Standing Committee, there be allocated one ten minute period per party for the first round of questions and five minutes per member for the subsequent rounds; and that time permitting, every member, or substitute member, be offered the opportunity to question the witness.

On motion of Rey Pagtakhan, seconded by Pauline Picard, it was agreed,—That, at the discretion of the Chair, reasonable travelling expenses, as per the regulations established by the Board of Internal Economy, be paid to witnesses invited to appear before the Committee, and that for such payment of expenses a limit of two (2) representatives per organization be established.

On motion of Rey Pagtakhan, seconded by Pauline Picard, it was agreed,—That one transcript of all *in camera* meetings be kept in the Committee Clerk's office for consultation by Members and staff of the Committee and, that all transcripts be destroyed at the end of the session.

The Committee then proceeded to discuss other items of business.

At 10:10 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

TUESDAY, FEBRUARY 22, 1994

(3)

The Standing Committee on Health met at 8:10 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Chairman, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Acting Member present: Raymond Lavigne for Bernard Patry.

Associate Member present: Grant Hill

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curren, Research Officers.

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Sur motion de Rey Pagtakhan, appuyé par Pauline Picard, il est convenu,—Que le Comité, s'il le juge à propos, retienne les services d'au moins un attaché de recherche de la Bibliothèque du Parlement, pour l'aider dans ses travaux, sous la direction du président et du Comité.

Sur motion de Rey Pagtakhan, appuyé par Pauline Picard, il est convenu,—Que le Comité ne fasse imprimer ses *Procès-verbaux et témoignages* que s'il a reçu des témoignages, et que le tirage soit conforme aux directives du Bureau de régie interne.

Sur motion de Rey Pagtakhan, appuyé par Pauline Picard, il est convenu,—Qu'en application du paragraphe 118(2) du Règlement, le président soit autorisé, en l'absence de quorum, à tenir des réunions afin d'entendre des témoignages et d'en permettre l'impression, pourvu que trois (3) membres du Comité soient présents, dont un membre de l'opposition.

Sur motion de Rey Pagtakhan, appuyé par Pauline Picard, il est convenu,—Que lors de l'interrogation des témoins, à toute séance du Comité, dix minutes soient accordées à chaque parti au premier tour, et cinq minutes par la suite; que, si le temps le permet, chaque membre ou substitut, ait l'occasion de poser des questions.

Sur motion de Rey Pagtakhan, appuyé par Pauline Picard, il est convenu,—Que, conformément aux directives du Bureau de régie interne et à la discréption du président, les témoins invités à comparaître devant le Comité soient remboursés de leurs frais de déplacement jugés raisonnables, à raison d'au plus deux (2) délégués par organisme.

Sur motion de Rey Pagtakhan, appuyé par Pauline Picard, il est convenu,—Qu'une transcription de toutes les séances tenues à huis clos soit conservée au bureau de la greffière pour consultation par les membres et le personnel du Comité, et que tous les documents soient détruits à la fin de la session.

Le Comité discute d'autres aspects de ses travaux.

À 10 h 10, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

LE MARDI 22 FÉVRIER 1994

(3)

Le Comité permanent de la santé se réunit à 8 h 10, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Roger Simmons (président).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Membre suppléant présent: Raymond Lavigne pour Bernard Patry.

Membre associé présent: Grant Hill.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curren, attachés de recherche.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee proceeded to discuss its future business.

It was agreed,—That the researchers prepare for the Committee a summary of the concerns raised in Chapters 18 and 19 of the 1993 Annual Report of the Auditor General, including a description of the present mandate of the Health Committee in relation to Health Canada; and that this matter be further discussed at a future meeting of the Committee.

It was agreed,—That all Committee members be provided with a copy of the Canada Health Act, as well as a synopsis of all related legislation.

It was agreed,—That the Steering Committee meet as soon as possible in order to identify a specific topic of study for the full Committee from the list of possible areas of study suggested by Members at today's meeting; and that the Steering Committee establish a first set of hearings to begin in the next two to three weeks.

It was agreed,—That, pursuant to Standing Order 108(1), a Sub-Committee of the Standing Committee on Health be established composed of Rey Pagtakhan as Chair, Hedy Fry and Grant Hill as members, and that this Sub-Committee be empowered to study the process by which Order in Council appointments are referred to, and dealt with, by the Health Committee; and that recommendations be made to the full Committee concerning this matter.

At 9:55 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

TUESDAY, MARCH 22, 1994

(4)

The Standing Committee on Health met *in camera* at 9:37 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Chairman, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Pierre de Savoye, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Acting Members present: Ron Duhamel for Hedy Fry and Grant Hill for Margaret Bridgman.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curren, Research Officers.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee proceeded to discuss its future business.

It was agreed,—That research personnel from the Liberal, Reform Party, and Bloc Québécois research offices, and staff from Health Committee members offices, be allowed to attend *in camera* committee meetings.

It was agreed,—That the First Report of the Sub-Committee on Agenda and Procedure (Steering Committee) dealing with a study on New Reproductive Technologies be tabled for future consideration.

It was agreed,—That the Committee undertake immediately a study on Plain Packaging of Tobacco Products.

The Chairman then undertook, with the assistance of the research staff, to have a proposal prepared for presentation to the Committee at a meeting to be held on Thursday, March 24, 1994 regarding the process to be followed for the study on Plain Packaging of Tobacco Products.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité discute de ses travaux futurs.

Il est convenu,—Que les attachés de recherche préparent un résumé des observations faites aux chapitres 18 et 19 du rapport annuel de 1993 du vérificateur général, incluant la description du mandat du Comité permanent vis-à-vis Santé Canada; et que cette question soit de nouveau abordée à une prochaine réunion.

Il est convenu,—Que tous les membres reçoivent un exemplaire de la Loi canadienne sur la santé, de même qu'un résumé de toute la législation connexe.

Il est convenu,—Que le comité directeur se réunisse sans tarder pour déterminer un sujet d'étude à partir des sujets énumérés par les députés à la séance d'aujourd'hui; et que le Comité directeur détermine une première série d'audiences au cours des deux ou trois prochaines semaines.

Il et convenu,—Qu'en application du paragraphe 108(1) du Règlement,, un sous-comité soit établi composé de Rey Pagtakhan (président),de Hedy Fry et Grant Hill, avec mandat d'étudier comment les nominations par décret sont renvoyées au Comité puis étudiéespar ce dernier; que le sous-comité présente ses recommandations au Comité permanent.

À 9 h 55, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

LE MARDI 22 MARS 1994

(4)

Le Comité permanent de la santé se réunit à huis clos à 9 h 37, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Roger Simmons (président).

Membres du Comité présents: Pierre de Savoye, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Membres suppléants présents: Ron Duhamel pour Hedy Fry; Grant Hill pour Margaret Bridgman.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curren, attachés de recherche.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité discute de ses travaux futurs.

Il est convenu,—Que les employés des bureaux de recherche du Parti libéral, du Parti réformiste et du Bloc Québécois, de même que les collaborateurs des membres du Comité, soient autorisés à assister aux réunions à huis clos.

Il est convenu,—Que le Premier rapport du Sous-comité du programme et de la procédure (Comité directeur) portant sur l'étude des nouvelles techniques de reproduction, soit déposé pour examen futur.

Il est convenu,—Que le Comité entreprenne dans l'immédiat une étude sur le banalisation des produits du tabac.

Le président, avec l'aide des attachés de recherche, commence alors à formuler une ébauche de proposition pour l'étude de la banalisation des produits du tabac, et dont le Comité sera saisi le jeudi 24 mars.

At 11:00 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

À 11 heures, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

THURSDAY, MARCH 24, 1994

(5)

The Standing Committee on Health met *in camera* at 8:37 o'clock a.m. this day, in Room 371, West Block, the Chairman, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Acting Member present: Deborah Grey for Margaret Bridgman.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curren, Research Officers.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee proceeded to discuss its future business.

It was agreed,—That the Committee represented by the Chair, Roger Simmons, the Vice-Chair, Pauline Picard and Keith Martin, hold a press conference at 1:00 o'clock p.m. on Thursday, March 24, 1994 in order to announce its decision to undertake a study on Plain Packaging of Tobacco Products.

At 9:02 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:05 o'clock a.m., the sitting resumed.

It was agreed,—That the proposed workplan for the study on Plain Packaging of Tobacco Products be adopted with a few minor changes, and that final approval be given at a subsequent meeting of the Committee.

It was agreed,—That the proposed 1994/95 budget for the Health Committee be adopted.

It was agreed,—That the Minister of Health be invited to appear before the Committee on the Estimates on Tuesday, April 26, 1994, to be preceded earlier in the month by a briefing session presented by Treasury Board officials on the Estimates process, and possibly by staff from the Auditor General's Office.

At 10:03 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

TUESDAY, APRIL 12, 1994

(6)

The Standing Committee on Health met *in camera* at 8:45 o'clock a.m. this day, in Room 536, Wellington Building, the Chairman, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Pierre de Savoye, Hedy Fry, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur

Acting Members present: Deborah Grey for Margaret Bridgman

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curren, Research Officers.

LE JEUDI 24 MARS 1994

(5)

Le Comité permanent de la santé se réunit à huis clos à 8 h 37, dans la salle 371 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Roger Simmons (*président*).

Membres du Comité présents: Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Membre suppléant présent: Deborah Grey pour Margaret Bridgman.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curren, attachés de recherche.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité discute de ses travaux futurs.

Il est convenu,—Que le Comité représenté par le président, Roger Simmons, la vice-présidente, Pauline Picard, et Keith Martin, tienne une conférence de presse à 13 heures, le jeudi 24 mars, pour annoncer la tenue de son étude sur la banalisation des produits du tabac.

À 9 h 02, la séance est suspendue.

À 9 h 05, la séance reprend.

Il est convenu,—Que le plan de travail proposé pour l'étude de la banalisation des produits du tabac soit adopté, sous réserve de quelques changements mineurs, et que l'approbation définitive soit donnée à une prochaine réunion.

Il est convenu,—Que le budget du Comité proposé pour 1994-1995 soit adopté.

Il est convenu,—Que la ministre de la Santé soit invitée à comparaître à l'occasion de l'étude du Budget, le mardi 26 avril; qu'une séance d'information ait lieu auparavant en compagnie de représentants du Conseil du trésor et possiblement du Bureau du vérificateur général.

À 10 h 03, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

LE MARDI 12 AVRIL 1994

(6)

Le Comité permanent de la santé se réunit à huis clos à 8 h 45, dans la salle 536 de l'immeuble Wellington, sous la présidence de Roger Simmons (*président*).

Membres du Comité présents: Pierre de Savoye, Hedy Fry, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Membre suppléant présent: Deborah Grey pour Margaret Bridgman.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curren, attachés de recherche.

Witnesses: From Health Canada: Kent Foster, Assistant Deputy Minister, Health Protection Branch; Murray Kaiserman, Acting Head, Tobacco Section, Bureau of Chemical Hazards—Health Protection Branch; Carole Lacombe, Director, Product Safety, Health Protection Branch.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee proceeded to discuss its future business.

It was agreed,—That the revised workplan for the study on Plain Packaging of Tobacco Products be adopted, with the terms of reference to read as follows:

1. To receive evidence and otherwise examine:

a) the effectiveness of plain packaging of tobacco products in reducing both tobacco consumption and smuggling;

b) the legal considerations related to plain packaging.

2. To report on the findings of the enquiry and to make recommendations to the federal government.

It was agreed,—That the prioritizing of the list of possible areas of study by the Health Committee be deferred until after the meeting with the Minister of Health on Tuesday, April 26, 1994.

At 9:45 o'clock a.m., the *in camera* sitting was suspended.

At 10:05 o'clock a.m., the sitting resumed in a public meeting.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee commenced its study on Plain Packaging of Tobacco Products.

Kent Foster made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

At 11:12. o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Témoins: De Santé Canada: Kent Foster, sous-ministre adjoint, Protection de la santé; Murray Kaiserman, chef intérimaire, Unité de tabac, Protection de la santé; Carole Lacombe, directeur de la sécurité des produits, Protection de la santé.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité discute de ses travaux futurs.

Il est convenu,—Que soit adoptée la version révisée du plan de travail pour l'étude de la banalisation des produits du tabac, l'ordre de renvoi s'énonçant ainsi:

1. Recevoir des témoignages et étudier:

a) dans quelle mesure la banalisation des produits du tabac peut réduire à la fois la consommation et la contrebande du tabac;

b) les aspects légaux de la banalisation.

2. Rapporter les conclusions de l'étude et faire des recommandations au gouvernement fédéral.

Il est convenu,—Que l'examen de toute autre question que le Comité pourrait entreprendre soit reporté après le témoignage de la ministre de la Santé, le mardi 26 avril.

À 9 h 45, la séance à huis clos est suspendue.

À 10 h 05, la séance reprend en public.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité entreprend son étude de la banalisation des produits du tabac.

Ken Foster fait un exposé puis, avec les autres témoins, répond aux questions.

À 11 h 12, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

Clerk of the Committee

La greffière du Comité

Carmen DePape

[Text]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Thursday, February 10, 1994

[Translation]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le jeudi 10 février 1994

• 0946

The Clerk of the Committee: Welcome to the organization meeting of the Standing Committee on Health.

Honorables députés, il y a quorum. En conformité des articles 106(1), 106(2) et 106(16) du Règlement, le choix d'un président ou d'une présidente est le premier sujet à l'ordre du jour.

I'm ready to receive motions to that effect.

M. de Savoye (Portneuf): J'aimerais proposer M. Roger Simmons au poste de président.

The Clerk: It has been moved by Mr. de Savoye that Mr. Simmons do take the chair of this committee as chair.

La motion est adoptée

The Clerk: I declare Mr. Simmons duly elected chairman of the committee and invite him to take the chair, please.

The Chairman: Thanks very much. It's an honour in some ways, a sucker's job in some other ways, and a difficult job in a third way, but I'll do my very best with your help. I'll need lots of advice.

Maybe we could just follow the script this morning and go to the next issue, which is the election of the two vice-chairs.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Mr. Chairman, I'd like to nominate Margaret Bridgman as one of the vice-chairs, please.

The Chairman: We have a nomination.

M. de Savoye: Une question, monsieur le président. Est-ce qu'on élit d'abord quelqu'un du côté du gouvernement à la vice-présidence, ou est-ce qu'on traite des vice-présidences simultanément?

Le président: Comme vous voulez.

M. de Savoye: On pourrait commencer par la vice-présidence destinée au gouvernement.

Mr. Martin: We have one nomination from the opposition, and I believe—

The Chairman: Since we have a nomination from the opposition first, we'll proceed with that nomination. I understand we're going to have one of each.

M. de Savoye: Dans ce cas, j'aimerais proposer M^{me} Picard.

The Chairman: We now have Mrs. Picard and Ms Bridgman.

The advice I'm getting is that we ought to do it by motion, which is a bit different, but we'll stick with it for the time being until we—

We'll take the nomination of Dr. Martin as a motion.

La greffière du Comité: Je vous souhaite la bienvenue à la réunion d'organisation du Comité permanent de la santé.

Honourable members, I see a quorum. Pursuant to Standing Orders 106(1), 106(2) and 106(16), the first item of business is to elect a chairperson.

Je suis prête à recevoir des motions à cet effet.

M. de Savoye (Portneuf): I would like to nominate Mr. Roger Simmons for the office of chairman.

La greffière: M. de Savoye propose que M. Simmons occupe le fauteuil du comité en qualité de président.

Motion agreed to

La greffière: Je déclare M. Simmons dûment élu président du comité et je l'invite à prendre le fauteuil.

Le président: Merci beaucoup. Ce poste-là est un honneur à certains égards, mais c'est aussi un poste qu'on réserve aux bonnes poires et, enfin, c'est un travail qui n'a rien de facile. Cela dit, avec votre aide, et beaucoup de conseils, je vais faire mon possible.

Nous allons continuer à suivre le scénario et passer à l'élection des deux vice-présidents.

M. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Monsieur le président, j'aimerais proposer la candidature de Margaret Bridgman pour une des deux vice-présidences.

Le président: Nous avons une mise en candidature.

Mr. de Savoye: A question, Mr. Chairman. Do we start with the vice-chair on the government side or do we elect both at the same time?

The Chairman: As you wish.

Mr. de Savoye: We could start with the government side.

M. Martin: Il y a eu une mise en candidature du côté de l'opposition, et je crois . . .

Le président: Puisque nous avons une première mise en candidature du côté de l'opposition, nous allons commencer par cela. Je crois comprendre que nous en aurons une pour chaque poste.

Mr. de Savoye: In that case, I would like to nominate Mrs. Picard.

Le président: Deux personnes ont été mises en candidature, M^{me} Picard et M^{me} Bridgman.

D'après ce qu'on me dit, nous devrions procéder par motion, ce qui est un peu différent, mais pour l'instant nous allons continuer jusqu'à ce que nous . . .

Nous allons traiter la mise en candidature faite par M. Martin comme une motion.

[Texte]

It has been moved that Margaret Bridgman be a vice-chairman of the committee. We're going to have a vote on that motion first. If at that point we have a vice-chairman from the opposition, we won't need the second motion. If we don't have a vice-chairman from the opposition at that point, we'll then entertain the motion put forward by Dr. de Savoye.

• 0950

Mr. Martin: I have a point of order. I move that we vote by secret ballot. There is a precedent in committees for this.

The Chairman: We have a procedural motion that supersedes the other motion before the chair, so Dr. Martin's second motion is in order.

Mr. de Savoye: Mr. Chairman, I ask that we vote by a show of hands on the motion that we vote secretly in the election.

Mr. Martin: Mr. Chairman, there is a precedent. Last Friday, February 4, at the organizing meeting for the environment and sustainable development committee, two motions to elect were on the table, and the chair, Mr. Caccia, instructed the members of the committee to write on the secret ballot the name of the member they wanted as vice-chair.

There is also something else very interesting. At an organizing meeting of the consumer and corporate affairs committee in the last Parliament, Mr. Boudria raised the following point of order on May 30, 1991:

I have a point of order. Someone will have to brief me here. I have never yet heard of an electoral process where the candidates were voted on one at a time.

Later on in the same meeting, the clerk said:

We will be distributing ballots and we will ask you to write the name of the member you want as chair. As you know, there are Alan Redway and Felix Holtmann.

Mr. Chairman, I move that we elect by secret ballot by distributing ballots and then writing on them the name of the person we want as vice-chair.

The Chairman: The motion by Dr. Martin is that the election of vice-chair be done by secret ballot.

Motion negated

The Chairman: We'll proceed to the motion, which was moved by Dr. Martin, that Margaret Bridgman be the vice-chair from the opposition.

Motion negated

The Chairman: The motion now before the chair, as moved by Mr. de Savoye, is that Pauline Picard be the vice-chairman from the opposition.

Motion agreed to

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): I propose Mr. Pagtakhan as the vice-chairman.

[Traduction]

Il est proposé que Margaret Bridgman soit nommée vice-présidente du comité. Nous allons commencer par voter sur cette première motion. Si cette candidate qui représente l'opposition est élue vice-présidente, nous n'aurons pas besoin de la seconde motion; si par contre, elle n'est pas élue, nous passerons à la motion de M. de Savoye.

• 0950

Mr. Martin: J'invoque le Règlement. Je propose que le scrutin soit secret. Il existe des précédents dans d'autres comités.

Le président: Cette motion, qui porte sur la procédure, a la priorité sur l'autre motion que nous avons entendue; par conséquent, la seconde motion de M. Martin est recevable.

Mr. de Savoye: Monsieur le président, je propose que nous votions à main levée sur la motion qui demande que nous procédions à l'élection au scrutin secret.

Mr. Martin: Monsieur le président, un précédent existe. Vendredi dernier, le 4 février, à la réunion d'organisation du Comité de l'environnement et du développement durable, deux motions ont été déposées, et le président, M. Caccia, a demandé aux membres du comité d'inscrire le nom de leur candidat à la vice-présidence sur un bulletin.

Un autre détail mérite d'être mentionné; cela remonte à la précédente législature. Lors de la réunion d'organisation du Comité des consommateurs et des sociétés, M. Boudria a invoqué le Règlement le 30 mai 1991 dans les termes suivants:

J'en appelle au Règlement. Il faudrait que quelqu'un m'explique ce qui se passe. C'est la première fois que j'entends parler d'une élection au cours de laquelle on vote pour chacun des candidats à tour de rôle.

Un peu plus tard, pendant la même séance, la greffière a déclaré: Nous allons distribuer les bulletins de vote et demander à chacun d'entre vous d'inscrire le nom de celui à qui vous voudriez voir confier la présidence. Les deux candidats en lice sont Alan Redway et Felix Holtmann.

Monsieur le président, je propose que nous ayons un scrutin secret, que nous distribuions des bulletins sur lesquels nous écririons le nom de la personne que nous voulons voir élue à la vice-présidence.

Le président: M. Martin propose donc qu'on élise un vice-président au scrutin secret.

La motion est rejetée

Le président: Nous allons passer à la première motion, celle qui a été proposée par M. Martin, à savoir que Margaret Bridgman soit élue vice-présidente de l'opposition.

La motion est rejetée

Le président: Nous en arrivons maintenant à la motion de M. de Savoye, qui propose que Pauline Picard soit élue vice-présidente de l'opposition.

La motion est adoptée

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): Je propose qu'on élise M. Pagtakhan vice-président du comité.

[Text]

Motion agreed to

[Translation]

La motion est adoptée

• 0955

The Chairman: I direct your attention to the last item on page two, constitution of the subcommittee on agenda and procedure, the steering committee. The practice is to have a small committee—including the chair, the vice-chairs, and a couple of other people normally representative of the parties on the committee—which meets to streamline the work of the full committee. We can insert any number we want there. The practice around the Hill is to have a couple of others so that it gives an opportunity for all the parties to be represented.

Mr. Patry: I move that it be the chair, the vice-chairs, and two other members, one of which comes from the third party, let's say the Reform Party.

Mr. Martin: We're nominating four people in total for this committee. Is that correct?

The Chairman: It would be five people.

Mr. Martin: That's fine. I thought it had to be an odd number.

The Chairman: Dr. Patry suggested that one of the two other persons be from the third party, and I thought I saw some consensus around the table.

Mr. de Savoye: You did.

Mr. Martin: I'd like to nominate Margaret Bridgman for that position, Mr. Chairman.

The Chairman: If Dr. Martin would read his motion, he'd find out that I'm going to consult with everybody. I'm going to consult you to death, Dr. Martin.

Mr. Martin: Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: The motion is that the steering committee be the chair, two vice-chairs, plus two others, keeping in mind that one of those two others ought to be from the third party.

Motion agreed to

The Chairman: Any other business before we adjourn?

We have a couple of options. One is to go in camera in a few minutes and deal with some routine motions. That's one option. The other option is to meet at 10 a.m. on Tuesday.

My preference would be the latter. That would give us an opportunity to get our heads around the issue from a procedural standpoint and give me an opportunity as well to meet with the staff of the committee, which I obviously have not done yet, and to structure and meet with the steering committee. I would have both of these done by Tuesday, and we could then meet on Tuesday and begin our work.

The suggestion is that the full committee meet at 9 a.m. on Tuesday, February 15. I hope you will be recovered from St. Valentine's Day by then.

[Translation]

La motion est adoptée

Le président: J'attire maintenant votre attention sur le dernier point de la page deux, c'est-à-dire la création d'un Sous-comité du programme et de la procédure, le comité directeur. D'habitude, il s'agit d'un petit comité qui se compose du président, des deux vice-présidents et de deux autres personnes qui représentent les partis au comité; ces gens-là se rencontrent pour préparer les travaux du comité plénier et les simplifier. Nous pouvons nommer autant de gens que nous le voulons, mais d'ordinaire on nomme deux personnes en plus des présidents, ce qui permet à tous les partis d'être représentés.

Mr. Patry: Je propose que ce comité se compose du président, des deux vice-présidents, et de deux autres personnes, dont une qui représentera un tiers parti, par exemple le Parti réformiste.

Mr. Martin: Nous allons nommer quatre personnes à ce comité, n'est-ce pas?

Le président: Nous avons parlé de cinq.

Mr. Martin: Très bien. Je croyais qu'il fallait choisir un chiffre impair.

Le président: M. Patry propose qu'une des deux autres personnes vienne d'un tiers parti, et j'ai l'impression que cette proposition est bien accueillie.

Mr. de Savoye: C'est vrai.

Mr. Martin: Je propose que Margaret Bridgman occupe ce poste, monsieur le président.

Le président: Si M. Martin veut bien lire sa motion, il constatera que j'ai l'intention de consulter tout le monde. Monsieur Martin, je vais vous consulter jusqu'à ce que mort s'ensuive.

Mr. Martin: Merci, monsieur le président.

Le président: D'après cette motion, le comité directeur serait constitué du président, des deux vice-présidents et de deux autres personnes dont une qui devrait représenter un tiers parti.

La motion est adoptée

Le président: Autre chose avant que nous ajournions?

Nous avons une ou deux possibilités; d'une part, nous pouvons siéger quelques minutes à huis clos pour régler des affaires courantes. C'est une possibilité. D'autre part, nous pouvons décider de nous rencontrer mardi prochain à 10 heures du matin.

Je préfère cette deuxième solution, car cela nous permettra de nous accoutumer à la procédure, et cela me donnera, à moi, le temps de rencontrer le personnel du comité, ce que je n'ai bien sûr pas encore fait. Également, nous pourrions réunir le comité directeur et nous organiser. Tout cela devrait se faire d'ici à mardi, ce qui nous permettrait de commencer alors nos travaux.

Je propose donc que le comité plénier se réunisse à 9 heures du matin mardi, le 15 février. J'espère que vous aurez eu le temps de vous remettre de la Saint-Valentin.

[Texte]

I will need a meeting of the steering committee before that, so I would suggest 8:30 that morning in the same room.

By noon I'll have the steering committee resolved as to what its membership is. It's nearly resolved now because Dr. Martin has indicated it's his party's wish to have Ms Bridgman as the member.

The recent practice has been to invite the parliamentary secretary to sit as a member of the steering committee. That would be my intention, if the committee has no objection. The steering committee is thereby structured.

• 1000

The Chairman: Did you indicate, Dr. Fry, that you have problems with 8:30 a.m. on—

Ms Fry (Vancouver Centre): You know the task force that Lloyd Axworthy has set up on human resources. It's an all-day committee—

The Chairman: What time does it start?

Ms Fry: It starts at 8:30 a.m.

The Chairman: Okay. We'll find another time. Maybe the steering committee could stay behind just for a minute after this meeting, and we'll find a time convenient for all five of us for our first steering committee meeting.

You've all been issued those very impressive briefing books. Bring them with you like good students on Monday at 9 a.m. We're going to do routine motions and maybe have an exam at the end.

The meeting on Tuesday at 9 a.m. will be in room 208 of the West Block.

It's agreed the next meeting will be at 9 a.m. here. We'll see all of you then.

Thank you. The meeting is adjourned.

Tuesday, February 15, 1994

[Traduction]

J'aimerais réunir le comité directeur avant cette séance, et je propose que cette réunion ait lieu à 8h30 dans la même salle le même jour.

D'ici à midi, le comité directeur devrait être constitué; c'est déjà pratiquement réglé, puisque M. Martin nous a dit que son parti souhaite y déléguer M^{me} Bridgman.

Ces dernières années, on a souvent invité le secrétaire parlementaire à siéger au comité directeur. C'est également mon intention, si le comité n'y voit pas d'objection. Et voilà qui constitue le comité directeur.

• 1000

Le président: Madame Fry, vous avez dit que vous auriez du mal à être là à 8h30 le... .

Mme Fry (Vancouver-Centre): Vous connaissez le comité de Lloyd Axworthy sur les ressources humaines; c'est un comité qui siège toute la journée... .

Le président: Et qui commence?

Mme Fry: Qui commence à 8h30.

Le président: D'accord; nous trouverons un autre moment. Peut-être que le comité directeur pourrait rester là un instant après la réunion; cela nous permettrait de trouver un moment qui nous convienne à tous les cinq pour notre première réunion du comité directeur.

On vous a distribué des cahiers d'information qui sont particulièrement imposants; n'oubliez pas de les apporter lundi à 9 heures, comme de bons élèves. Nous aurons des motions courantes, et peut-être même un examen à la fin.

La réunion de 9 heures mardi aura lieu dans la salle 208 de l'Édifice de l'ouest.

Nous sommes d'accord pour tenir la prochaine réunion ici même à 9 heures. À la prochaine fois, donc.

Merci. La séance est levée.

Le mardi 15 février 1994

• 0905

Le président: À l'ordre!

Good morning. I'm delighted to see you all. Let me tell you something about the kinds of meetings that I like to preside over. First, they ought to be short. I believe meetings that last more than an hour are a complete waste of time. I hope you agree.

Ms Fry (Vancouver Centre): Yes.

The Chairman: With your cooperation, I hope this will be a different committee in terms of committees on the Hill. I have been bored to death several times by very long committees that need not have been long committees. I'm going to make two or three suggestions at the very outset, which, if you agree, can make our meetings reasonably short. Brevity by itself is not an objective. That's not the issue. But why take twice as much time as is needed to do something?

The Chairman: Order, please!

Bonjour. Je suis ravi de vous voir tous. Permettez-moi de vous dire le genre de réunion que j'aime présider. D'abord, j'aime les réunions courtes. Je trouve que les réunions qui durent plus de deux heures sont tout à fait inutiles. J'espère que vous êtes du même avis.

Mme Fry (Vancouver-Centre): Oui.

Le président: J'espère que ce comité sera différent des autres comités parlementaires, grâce à votre collaboration. Souvent je m'ennuyais à mourir pendant des séances de comités très longues qui n'auraient pas dû prendre tant de temps. Je voudrais faire quelques suggestions, dès le début, pour faire en sorte que nos réunions soient d'une durée raisonnable, si vous êtes d'accord. La brièveté elle-même n'est pas le but. Ce n'est pas ça qui compte. Mais pourquoi prendre deux fois plus de temps que nécessaire pour faire quelque chose?

[Text]

I have two or three suggestions for you, because I've noticed what makes meetings long around here. One of the reasons meetings last too long is that people come to meetings without doing their homework. I'm a teacher. People come, sit there, and let witnesses read to them basic information that they could have absorbed in about one-fifth of the time alone. So I'm going to suggest to you that we use the meeting to get a consensus to make a decision not to be informed too much. Let's inform ourselves before the meeting.

If you are given a document, we will assume that you have familiarized yourself with that document. We won't take time during the meeting to walk you through the document. Now, if it's a fairly complicated matter, we may have somebody—the clerk, if appropriate, or the witness, if appropriate—highlight something in the document for you. But my suggestion is that we come to the committee with the assumption that each of us has familiarized ourselves with the documents that are necessary to that particular meeting.

If that presumption can be made, we can move directly to the matter of getting a consensus on the issue and then go on to the next issue. That's the way I propose to operate the meetings, but I'll need your goodwill obviously.

Ms Fry: Mr. Chairman, I didn't get my homework done because I don't have my—

The Chairman: You're in after school; just you and me after school.

Ms Fry: Yes, please, if you don't mind, because I didn't get any of it.

The Chairman: In this case, there's very little homework to do. Before the meetings, the clerk will be circulating to you the documentation needed for a meeting, so that when we come here we can get on with the job at hand.

If you look at the agenda that was circulated, there are several items that we'll come to in turn. I direct you to number five, "Other Business". In addition to the items listed under four—the routine motions, the steering committee report, which will come to Order in Council or the Auditor General's report, and the briefing book, "Future Directions of the Committee"—we're going to take a little time to see where you'd like the committee to go, what issues you'd like to have put down for examination. But other than that, is there any other business under five that you want to raise later? I need notice of it right now if you have something in mind.

All right. Let's go to the agenda then. You have a document called "Routine Motions".

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): I move the first motion, Mr. Chairman.

The président: J'ai l'intention, pour faciliter le travail du Comité, de considérer toutes les motions comme proposées par le vice-président, M. Pagtakhan, et appuyées par la vice-présidente, M^{me} Picard.

First, as you can see, we need some research staff. They're already in place. If you need them, you'd better vote for the motion.

[Translation]

J'ai deux ou trois choses à vous proposer, car j'ai déjà vu pourquoi les réunions durent si longtemps ici. Elles sont parfois trop longues parce que les députés viennent sans s'être préparés. Vous savez, je suis enseignant. J'ai vu que les députés assistent aux réunions, écoutant les témoins leur transmettre des informations de base qu'ils auraient pu assimiler dans un cinquième du temps. Alors, je propose que nous décidions d'éviter ce genre de chose. Préparons-nous avant la séance.

Si on vous fait parvenir un document, nous présumerons que vous l'avez lu. Nous n'allons pas utiliser le temps de la réunion pour vous expliquer le document. S'il s'agit d'une question assez complexe, nous pourrions demander à la greffière ou aux témoins, selon le cas, de souligner certains points dans le document. Mais je suggère que nous prenions connaissance de la documentation de la séance avant d'y assister.

Si nous adoptons tous cette méthode de travailler, nous pouvons essayer d'arriver à un consensus et passer à la question suivante. Voilà comment je voudrais procéder pendant nos réunions, mais évidemment, j'aurais besoin de votre bonne volonté.

Mme Fry: Monsieur le président, je n'ai pas pu me préparer pour cette réunion, car je n'avais pas mon... .

Le président: Alors, vous devez rester après les cours; juste vous et moi, après les cours.

Mme Fry: Oui, mais vous voyez, je n'ai rien reçu.

Le président: Pour la présente réunion il y a très peu de préparation à faire. Avant les séances, la greffière vous fera parvenir les documents nécessaires pour que nous puissions nous mettre à l'œuvre toute de suite.

Si vous regardez l'ordre du jour qui a été distribué, vous allez voir plusieurs points. J'attire votre attention sur le cinquième point «autres travaux». En plus des questions sous le point numéro 4, comme les motions de routine, le rapport du Comité directeur, les nominations par décret, le rapport du vérificateur général et le cahier d'information «Orientation future du comité», nous allons prendre quelques minutes pour parler des travaux futurs du comité et des questions que vous voulez examiner. Y a-t-il d'autres questions sous le numéro 5 que vous voulez soulever plus tard? Si vous avez quelque chose à l'esprit, vous devez m'avertir maintenant.

Très bien. Passons maintenant à l'ordre du jour. Vous avez un document intitulé «Motions de routine».

M. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Monsieur le président, je propose l'adoption de la première motion.

The Chairman: To facilitate the work of the committee, I intend to consider all the motions moved by the Vice-Chair, Mr. Pagtakhan, and seconded by the other Vice-Chair, Ms. Picard.

En premier lieu, comme vous pouvez le constater, il nous faut des attachés de recherche. Ils sont déjà en place. Si vous avez besoin de ces gens, vous devriez voter en faveur de la motion.

[Texte]

Some hon. members: Oh, oh.

Motion agreed to

The Chairman: They are all moved. Right?

Mr. Pagtakhan: Automatically?

The Chairman: I was pausing to see if anybody had any questions.

Mr. Pagtakhan: On the second motion, I would like clarification. When it receives evidence and that the number of copies printed are to be in accordance with—What if we have meetings of the committee without hearing evidence—evidence, I am assuming from witnesses? Will those minutes be printed? According to this motion, they will not be printed, the way I read it. I would like clarification as to the intent of the motion.

The Clerk of the Committee: The minutes will be printed in the following issue, with witnesses. There will be minutes of all meetings printed, but there will not be the verbatim of a meeting like this one, for example, just the minutes.

Mr. Pagtakhan: Okay.

The Clerk: I will keep them in a package and as soon as we have a witness, I will publish them all in that issue.

Mr. Pagtakhan: In other words, to consolidate printing efforts.

The Clerk: Yes. To save on paper. A lot of other committees are doing that.

Mr. Pagtakhan: Super.

Motion agreed to

The Chairman: Number 3 has been moved. Is there any discussion?

Ms Bridgman (Surrey North): I have one point here. I am wondering if it is wise to put a number in there or whether it should be left open, because there is the option that one person could end up doing it. I don't know what has been done in the past. Is it usual to put a number in?

The Clerk: Most committees put four. They may say the chairman, maybe a vice-chairman, but always include a member of the opposition.

The reason for this is that if witnesses are here and we don't have a quorum of six, we can proceed with the meeting, but there is no vote in these meetings. It is just to hear the evidence. There is no voting on motions or anything like that. Usually we will put four.

The Chairman: I didn't know you had that number in mind.

The Clerk: That's what committees have done in the past, but you can do what you want.

[Traduction]

Des voix: Oh, oh.

• 0910

La motion est adoptée

Le président: Toutes les motions ont été proposées n'est-ce pas?

M. Pagtakhan: De façon automatique?

Le président: J'attendais pour voir si quelqu'un avait des questions à poser.

M. Pagtakhan: Au sujet de la deuxième motion, j'aimerais avoir quelques précisions. Lorsque l'on dit: «Lorsqu'il entend des témoins et que le nombre de fascicules imprimés soit en conformité avec des... Que se passe-t-il dans le cas où nous avons des séances sans témoin? Je suppose que c'est bien de cela qu'il s'agit. Dans ce cas, les procès-verbaux sont-ils imprimés? D'après ce que je comprends de la motion, cela ne sera pas le cas. J'aimerais donc quelques précisions quant à la portée de cette motion.

La greffière du Comité: Les procès-verbaux seront imprimés dans le fascicule suivant lorsqu'il y aura des témoins. On imprimera donc le procès-verbal de toutes les réunions, mais il n'y aura pas de compte rendu *in extenso* d'une séance comme celle-ci par exemple. On imprimera seulement le procès-verbal.

M. Pagtakhan: Très bien.

La greffière: Je garderai une liasse des procès-verbaux et dès qu'il y aura une séance avec témoins, je ferai imprimer le tout dans le fascicule de la dernière réunion.

M. Pagtakhan: Cela permettra de regrouper l'impression.

La greffière: Oui. Cela permettra d'économiser du papier. Beaucoup d'autres comités procèdent de cette façon.

M. Pagtakhan: C'est parfait.

La motion est adoptée

Le président: La motion numéro 3 a été proposée. Y a-t-il de là, des observations?

Mme Bridgman (Surrey-Nord): Ne devrait-on pas inscrire un chiffre ou devrait-on laisser un espace blanc, ce qui permettrait à un seul député d'être présent. Je ne sais pas ce qui s'est fait dans le passé. Inscrit-on généralement un chiffre?

La greffière: La plupart des comités prévoient quatre députés. Il peut s'agir du président, peut-être d'un vice-président, mais cela inclut toujours un membre de l'opposition.

La raison est la suivante: dans le cas où des témoins sont présents mais que le quorum de six n'est pas atteint, la séance peut avoir lieu sans qu'on puisse pour autant voter au cours de celle-ci. Il s'agit donc-là d'une séance où l'on se bornera strictement à l'audition des témoins. On ne pourra pas voter. De façon générale on inscrit le chiffre de quatre.

Le président: Je ne savais pas que c'est ce chiffre que vous aviez en tête.

La greffière: C'est ce que les comités ont fait dans le passé, mais vous pouvez faire ce que vous voulez.

[Text]

[Translation]

Mr. Pagtakhan: The rationale for putting a minimum number is to give a clear message to the witnesses that this committee is composed of more than one member. It would be very embarrassing for a witness who has travelled, say, from Newfoundland or from Manitoba, for that matter, to see only the chair. So we provide a minimum number so that there will be an obligation on the part of the committee to see to that, in this instance, four will be there.

The Chairman: My suggestion is that three is probably enough, provided that there is at least one member of the opposition. So I believe there should be at least three.

Ms Fry: Is that exclusive of the chair or inclusive of the chair?

The Chairman: I would see it as a hearing panel of three persons, with an explanation to witnesses. The explanation can be given either verbally from the chair, whoever is in the chair that day, or in terms of the documentation that goes out to the witness, that we are sitting as a hearing panel, not as a full committee. If you have a hearing panel of three members—all we are doing is receiving evidence. If we have to impress the witnesses, then we should drag out 20 people all the time, but that is not the exercise. The exercise is to receive evidence. The purpose of having three persons there is so that they can question the witnesses.

I have found with full committees before, where you have 10 or 15 people sitting around, that only 3 or 4 get to ask the questions of a witness anyway. One witness is here for a half hour and the next one is here for a half hour. My experience has been that the most who get to question the witnesses are 2 or 3 members anyway. We ought to look at it in functional terms rather than how we are going to impress people. If I am the chairman that day, I will tell them very quickly or the documentation will tell them that they are here today to give evidence. We three are here to receive your evidence, and there are three of us here because we would like to ask you some questions. In that context, I believe three is enough.

I am preoccupied with the waste of time. I have to tell you, as colleagues, that some of my people who know me better know that I resisted being the chairman of a committee until the eleventh hour, until four o'clock of the afternoon before this motion was put down in the House. I have generally seen a lot of unproductive activities in committee. They have potential to do a lot of good work, but they get bogged down in busyness. My life is too short to spend all of it in committee. I suspect the same of you.

M. Pagtakhan: La raison pour laquelle on indique un nombre minimum de membres est pour bien faire comprendre aux témoins que le comité se compose de plus d'un membre. Il serait très embarrassant pour un témoin qui vient de Terre-Neuve ou du Manitoba par exemple de se trouver en la seule présence du président. C'est la raison pour laquelle on indique un nombre minimum, ce qui oblige notre comité par exemple à assurer une présence de quatre membres.

Le président: Personnellement, j'estime que le chiffre de trois est suffisant, pourvu qu'il y ait au moins un membre de l'opposition. Je pense donc qu'il devrait y avoir au moins trois députés.

Mme Fry: Est-ce que cela comprend le président ou non?

Le président: Personnellement j'envisage plutôt des panels d'audience de trois personnes. Il faudrait expliquer la situation aux témoins. Cela peut se faire soit oralement par le président, c'est-à-dire la personne qui préside la séance ce jour-là, ou cela pourra être communiqué en même temps que la documentation qui est envoyée aux témoins. On pourrait ainsi leur expliquer qu'ils ne témoigneront pas devant le comité au complet, mais bien devant un panel. S'il s'agit d'un panel composé de trois membres, ceux-ci pourront seulement se contenter de recevoir les témoignages. S'il fallait impressionner les témoins, il faudrait attirer une vingtaine de personnes en tout temps au comité, ce qui n'est pas le but de l'opération. Le but des séances est de recevoir les témoignages. Les trois personnes du panel sont là pour poser des questions aux témoins.

Dans le passé, lorsque les comités siégeaient au complet et que dix ou 15 membres étaient autour de la table, il y en avait seulement trois ou quatre qui posaient les questions de toute façon. Les témoins disposent d'une demi-heure et pendant ce temps seuls deux ou trois membres ont le temps de poser des questions. Il faut envisager l'aspect fonctionnel des séances et ne pas vouloir impressionner les témoins. Quand je présiderai la séance, j'expliquerai donc rapidement la situation à nos témoins s'ils n'ont pas déjà été mis au courant dans la documentation que nous leur avons envoyée. Les témoins sauront donc clairement qu'ils sont ici pour présenter leur témoignage et pour que nous leur posions des questions. Je crois donc qu'il est suffisant d'avoir trois membres du comité présents.

Je ne veux certainement pas que l'on gaspille le temps. Je dois vous dire que certaines personnes qui me connaissent bien savent que je n'ai consenti à devenir président de ce comité qu'à la onzième heure, c'est-à-dire à 4 heures de l'après-midi avant que cette motion soit présentée à la Chambre. J'ai vu pas mal d'activités improductives en comité et, s'il est possible de faire beaucoup de bon travail, bien souvent, on s'affaire pour rien. Ma vie est trop courte pour la dévouer complètement au comité. Je suppose qu'il en va de même pour vous.

• 0915

So I am going to be making some suggestions as to how we can get our work done without spending all our time here. One of the suggestions I am going to come to when we get into hearing witnesses on an issue is that we have a number of hearing panels.

Je vais donc faire des suggestions sur la façon de travailler sans y consacrer tout notre temps. Pour l'audience des témoins, par exemple, je propose d'instaurer plusieurs panels.

[Texte]

What has often happened in the past is the full committee hears a bunch of witnesses and we sit here the first half hour waiting for a quorum. We lose time trying to drag enough bodies into the room to have a quorum. The reason has been that we are busy MPs and we are trying to do 10 things the same day.

My suggestion would be, if we are having a day of hearings on a particular issue, say, to have the meeting for six hours, three hours in the morning and three hours in the afternoon. Then, instead of having a committee sit here for six hours, we could have four hearing panels. We could have three people sit from 9 a.m. 10:30 a.m., another three from 11 a.m. to 12:30 p.m., or whatever. During the day we'll have four hearing panels in which a particular member will only be required to be here one and one-half hours out of six.

Mr. de Savoye (Portneuf): This won't prevent us, if we wish to do so, from being here anyway.

The Chairman: Of course, everybody can come all the time if they want to. The advantage, if I may suggest, of the hearing panels is that the person realizes he or she has to be here at 9 a.m., because he is one of three people who are going to be in the room at 9 a.m. There is an obligation to come at 9 a.m. and get the quorum in place, the three required in place, so that we can move on with the hearing. That would be my suggestion.

In that context, I am making a plea from the chair for a small hearing panel of about three.

Ms Bridgman: These hearing panels would be documented. So it comes back to committee and then we discuss it. We hear the reports. That's the procedure —

The Chairman: Oh, yes. A hearing is strictly for receiving evidence.

Ms Bridgman: I like your idea.

The Chairman: Are there any comments?

Okay, we are going to put a number in number three.

Ms Fry: Fine.

The Chairman: Were you suggesting three?

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): I was just looking to Rey. It is his motion.

Mr. Pagtakhan: I heard Dr. Fry asking for qualifications, whether number three includes the chair.

The Chairman: The hearing panel would have a designated chair. The chair of this committee and of the steering committee would designate hearing panels, and each hearing panel would have a designated chair who would not be the chairman of the committee obviously.

Motion number three provided that at least three members are present including a member of the opposition.

Motion agreed to

The Chairman: Number four has been moved. I am going to be doing more talking this morning than I hope to do in most meetings, because I am trying to help streamline the process a bit.

[Traduction]

Dans le passé, quand le comité plénier entendait les témoins, nous attendions pendant une demi-heure d'avoir le quorum. Nous perdions du temps avant qu'un nombre suffisant de membres ne soient réunis. La raison en est fort simple, nous sommes tous des députés fort occupés et nous essayons de faire 10 choses le même jour.

Ma proposition est donc la suivante: Si une journée est consacrée à un sujet en particulier, on pourrait prévoir des séances pendant six heures, trois le matin et trois l'après-midi. Au lieu que le comité siège pendant six heures, on pourrait diviser la journée en quatre périodes et prévoir quatre panels de trois membres; trois membres siégeraient de 9 heures à 10h30, trois autres de 11 heures à 12h30 ou peu importe. Ainsi, au cours de la journée, il y aura quatre panels où seront affectés différents membres qui ne devront assister aux séances que pendant une heure et demie sur six.

M. de Savoye (Portneuf): Ce qui ne nous empêcherait pas, si nous y tenons, d'être présents pendant les autres panels.

Le président: Évidemment, tout le monde peut venir pendant toutes les séances s'il le désire. L'avantage des panels est que les membres affectés à certains d'entre eux, par exemple à 9 heures du matin, se sentent vraiment obligés d'être présents pour que le quorum, de trois en l'occurrence, soit atteint et que la séance puisse avoir lieu. Telle serait donc ma suggestion.

En tant que président, je vous propose donc l'instauration de petits panels composés de trois membres environ.

Mme Bridgman: Ces séances feront l'objet de comptes rendus et de cette façon nous pourrons en discuter au comité. C'est bien cela . . .

Le président: Certainement. Ce panel servira strictement à recevoir les témoignages.

Mme Bridgman: J'aime votre idée.

Le président: D'autres commentaires?

Nous allons donc indiquer le chiffre à la motion numéro trois.

Mme Fry: Bien.

Le président: Avez-vous suggéré trois?

M. Scott (Fredericton—York—Sunbury): J'étais simplement en train de regarder Rey car c'est sa motion.

Mr. Pagtakhan: Madame Fry a demandé des précisions. Elle voulait savoir si les trois membres incluent le président.

Le président: Chaque panel aurait un président désigné. Le président du comité et du comité de direction désignerait des panels et chaque panel aurait un président désigné qui ne serait pas le président du comité, évidemment.

La motion numéro trois prévoit qu'au moins trois députés soient présents, y compris un député de l'Opposition.

La motion est adoptée

Le président: La motion numéro quatre a été proposée. Je vais parler davantage ce matin que pendant la plupart des réunions, je l'espère. En effet, j'essaie de rationaliser quelque peu le processus.

[Text]

[Translation]

Number four reflects what has been the practice around here. I have never understood why it is the practice. I have never understood why it is that the first speaker needs twice as long to make his point as all the other speakers. More to the point, if you lopped off—if you made them all five minutes, it would permit the people farther down the list to have a better chance of getting recognized that particular day.

A 10-minute process gets into 15 minutes by the time the witness answers the question. So the first three rounds effectively kills an hour, ties up an hour. The first three rounds take up the best part of any hour, by which time you're well into the committee. The witness takes a few minutes to explain himself and so on.

I haven't consulted anybody on the committee on this, but I would ask you to consider the other option, either the one in front of you or the one in which everybody gets five minutes. An argument could be made both ways, and I've just made one of them.

• 0920

M. de Savoye: Il est vrai que dix minutes c'est une bonne période, mais en même temps, tel que vous le mentionnez, cela se prolonge habituellement à 15 minutes avant que le témoin n'ait fini de s'exprimer. Donc, dix minutes, ce n'est peut-être pas suffisant. Mais si on s'astreignait vraiment à dix minutes, plutôt que de déborder vers les 15 minutes, il y aurait quelque chose de gagner.

Par ailleurs, cinq minutes c'est excessivement court, surtout pour démarrer un sujet. Nous ne sommes pas nécessairement, malgré que nos devoirs d'Etat aient été faits, familiers avec un sujet. Il faut du temps pour poser la question, pour que le témoin réponde, hésitant lui-même un peu avant de cibler son propos d'une façon plus directe. Dix minutes c'est court, très court.

Je ne suggère pas que la première intervention soit plus courte que dix minutes, sinon on risque de manquer le bateau. Par ailleurs, tenant compte du fait qu'il y aura trois personnes qui formeront un panel d'interrogations, nous allons déjà minimiser le nombre d'interventions; donc, nous aurons gagné du temps quelque part, ne le racourcissons pas au-delà de ce qui serait utile.

Je crois que la motion, telle que présentée, est convenable.

The Chairman: Okay.

Mr. Pagtakhan: I retain that position as well, to retain the ten minutes for the first round.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): I attended an environment committee yesterday where we went through these procedures and I hadn't received this information. It was all new to me why they went around the table ten minutes and then five minutes. But they really did keep to decorum there, and some people didn't use up their ten minutes. It really went quite smoothly. Provided, as Mr. de Savoye stated, that we don't go beyond the ten minutes, I think we can maintain decorum and have enough time to ask our questions.

Mr. Pagtakhan: I have one more point. It is the tradition in Parliament that the first ten-minute question period starts with the official opposition, then the second opposition, and then the government side. The idea there is to provide for the cross-fertilization of views. I hope that the committee will adopt that tradition.

La motion numéro quatre reflète la façon de procéder habituelle. Je n'ai jamais compris pourquoi c'était la façon de procéder. Je n'ai jamais compris pourquoi le premier intervenant avait besoin de deux fois plus de temps pour présenter ses arguments que tous les autres intervenants. En effet, si l'on répartissait ce temps entre plusieurs personnes, si l'on décidait des tours de cinq minutes, cela permettrait davantage d'intervenants de pouvoir parler.

Dix minutes finissent toujours par en devenir 15 si l'on tient compte de la réponse du témoin. De cette façon, au cours des trois premiers tours, une heure s'est écoulée ou peu s'en faut car il ne faut pas oublier que le témoin prend aussi du temps pour répondre.

Je n'ai consulté personne au comité, mais je vous demande d'envisager l'autre option, celle que vous avez sous les yeux ou celle qui prévoit que tout le monde dispose de cinq minutes. Il y a deux côtés à cette question et je viens d'en expliquer un.

Mr. de Savoye: It's true that a ten-minute round is useful, but, at the same time, as you said, witnesses will often speak for 15 minutes before they're finished. Therefore, 10 minutes might not be enough time. But if we managed to stick to 10 minutes, rather than go on for 15 minutes, we would save time.

As well, five minutes is not much time to introduce a subject. Even when we do our homework as members of Parliament, we are not always well acquainted with the subject. It takes time to put a question to a witness and to get an answer; sometimes the witness needs a few minutes to focus on an issue. Ten minutes is not much time, not much time at all.

I'm not suggesting that the first questioner be limited to less than ten minutes, on the round may be pointless. As well, since only three members will constitute the panel, there will be fewer questions and the three members will have more time. So we should not give questioner less time than they need.

I think the motion as drafted is acceptable.

Le président: Très bien.

Mr. Pagtakhan: Je suis également d'accord qu'on devrait limiter le temps de parole à dix minutes durant la première ronde.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): J'étais au Comité de l'environnement hier. Nous sommes passés par le même processus mais je n'avais pas reçu ces renseignements. C'était la première fois que je voyais les gens parler dix minutes durant la première ronde et cinq minutes durant la deuxième. Ils ont fait un effort pour suivre la procédure établie et certains membres n'ont même pas éprouvé leurs dix minutes. La réunion s'est très bien déroulée. Si, comme M. de Savoye l'a dit, nous ne dépassons pas dix minutes, je crois que nous pourrons respecter la procédure et avoir assez de temps pour poser nos questions.

Mr. Pagtakhan: J'aimerais dire une autre chose. Selon la tradition parlementaire, c'est un membre de l'opposition officielle qui a le premier tour de dix minutes pour poser ses questions; il est suivi par un membre de l'autre parti d'opposition puis par un membre du parti ministériel. L'idée est d'exposer divers points de vue. J'espère que notre comité s'inspirera de cette tradition.

[Texte]

The Chairman: That would certainly be my intention unless directed otherwise.

Ms Bridgman: Are they always open-ended, as far as the number of rounds that can occur?

The Chairman: There is a time limit on the meeting often, if there is another meeting coming into the room. Otherwise it is open-ended.

Ms Bridgman: When we set up our hearing panels and whatever the duration of that time is, we will have to work within that period of time so that we're not in one hearing and another hearing is starting elsewhere.

The Chairman: No, I see what you mean.

Ms Bridgman: I have one more question. When the schedule comes out as to who is attending what hearing, as far as witnesses are concerned, if any one of us happens to be on the afternoon one and wants to ask questions of a specific witness who is appearing in the morning—

The Chairman: In response to the questions proposed by Pierre a few minutes ago, my response—and this is my interpretation; it is up to the committee obviously—said it is still a committee hearing. We have designated a panel to do the hearing, but all members of the committee are free to attend and participate. This is just to guarantee that we had those three there. That would be the purpose. It wouldn't preclude other people. Is that your question?

Motion agreed to

Ms Fry: I'd like to see two representatives, Mr. Chair.

The Chairman: Hedy suggests that two be inserted in motion number five.

Mr. Pagtakhan: To be clear, inherent in that motion of course is the limit of two. In other words, when the association is relatively small, we will still encourage only one to save on expense.

Ms Fry: Obviously.

• 0925

Motion agreed to

The Chairman: We're on number six now. What does this say?

Ms Fry: Briefs should be done in the original language and then they're translated and promptly distributed in any other languages. That's all.

Mr. Pagtakhan: Because of the time element, you would like to ensure that the document be circulated at once. It is beyond the control of the committee in what language it is written. It is completely within the control of the one submitting the evidence and the document.

At the same time, we have an obligation to have it in two official languages, which shall be done. In the past committees have received the original document. For example, in my case, if the original document is in French, I will suffer. I could so wish

[Traduction]

Le président: C'est tout à fait mon intention, à moins que le comité n'en décide autrement.

Mme Bridgman: Est-ce que le nombre de tours est limité?

Le président: Nos réunions sont souvent d'une durée limitée puisqu'elles sont suivies par d'autres réunions dans la même salle. Mais si non on peut siéger indéfiniment.

Ms Bridgman: Lorsque nous établirons les panels et les échéanciers, nous devrons respecter les limites de temps prévues de façon à ne pas être pris de court lorsque deux audiences se chevauchent.

Le président: Non. Je comprends ce que vous voulez dire.

Ms Bridgman: J'ai une dernière question. Lorsque nous saurons quels membres iront à quelles audiences, si quelqu'un d'entre nous préfère participer à une audience de l'après-midi pour poser des questions à certains témoins au lieu d'une audience du matin à laquelle il était censé assister...

Le président: En réponse aux questions posées par Pierre il y a quelques instants, j'ai dit qu'il s'agissait d'une audience du comité, et qu'évidemment celui-ci peut décider. Nous avons désigné un panel pour être présent à l'audience, mais tous les membres du comité sont libres d'y assister et d'y participer. Nous voulons simplement nous assurer que trois personnes seront présentes. C'est notre objectif. Mais je ne veux exclure personne. C'était bien votre question?

La motion est adoptée

Mme Fry: Monsieur le président, j'aimerais qu'il y ait deux représentants.

Le président: Hedy a suggéré qu'on inscrive «deux» dans la cinquième motion.

Mr. Pagtakhan: Je veux m'assurer que la motion stipule qu'il y ait une limite de deux représentants. Autrement dit, lorsque nous inviterons une association relativement petite, nous inviterons un seul représentant à témoigner, pour épargner de l'argent.

Mme Fry: Naturellement.

La motion est adoptée

Le président: Nous sommes au numéro six. Quelle en est la portée?

Ms Fry: Que l'on soit autorisé à distribuer les mémoires dans la langue originale, après quoi la traduction en est assurée et la distribution faite dans les meilleurs délais. C'est tout.

Mr. Pagtakhan: Pour des raisons de délai, cela permettrait de distribuer les documents dès qu'ils sont reçus. Le comité n'a aucun contrôle sur la langue dans laquelle les documents sont écrits, cela relève entièrement de la personne qui vient témoigner.

Cependant, nous sommes obligés d'avoir les documents dans les deux langues officielles, et nous y veillons. Dans le passé, les comités ont reçu les documents dans la langue originale. Dans mon cas, si le document est rédigé en français, cela me pose des

[Text]

[Translation]

for the delay of the hearing of this particular thing. If we all happen to be bilingual, then there is no real problem. We can proceed with either document. I think this is to give the option to the committee to proceed if there is consent to receive that document in the original language from the witness.

Ms Bridgman: I thought this was not pertaining just to French and English. When I read it I thought of German and Chinese, whatever the original language was of the witness. We would see that and then it would be translated into English and French.

Ms Fry: I think that's what it meant; at least that's what I thought it meant. We would receive the brief in another language, and then we would have it translated so we can read it. It seems to be a pretty simple motion.

The Clerk: I think briefs that are written in Chinese are very few.

Mr. Fry: It's really a moot point, but that's—

The Chairman: With respect, the reason I pause is to make sure we understand what's in the motion. As a Canadian I have difficulty with the idea—Rey Pagtakhan's example is a case in point. Somebody comes in and says, Pagtakhan, here's a document in French; go read it. How can he as a member of the committee do his work if the document is given to him in a language that he doesn't, I presume, understand, according to his reference a minute ago?

It seems to me that to do our job as members of the committee, we must be given the documentation in our own language. It has to be given in our own language or else we can't do it. The idea that you're at a disadvantage is not fair ball. If a witness wants me to hear his evidence, he'd better give it to me in a language I can read. So I would suggest that if it's a national organization that purports to deal in both languages, we at least suggest that the evidence be forthcoming in both languages. Where it comes in only one language, we have a practice of having it translated before the committee has to deal with it.

Ms Fry: Isn't that what this motion says?

The Chairman: No. The motion says that the clerk gives it to us in whatever language and then, when she gets time, she will have it translated. That's what it says, isn't it?

Ms Fry: I just thought "ensure" meant that she did it, not when she got time, but it was—

The Chairman: I meant that glibly, just to make the point that there's a one-two process here.

Ms Fry: It says "promptly distributed". That sounds to me as if it is prompt.

Mr. Szabo (Mississauga South): Mr. Chairman, it's not the practice in this House that documents normally are translated and provided in both official languages before they are issued. In this particular case it's simply saying that all documents will be circulated immediately. They will be, and I agree with Hedy, promptly translated and distributed to allow information to move, because it may often facilitate the committee. In other words, we don't want to wait until both French and English copies are available before the documents are issued to the committee.

problèmes. Je pourrais demander que l'audience soit reportée. Si nous étions tous bilingues il n'y aurait pas de problème. Nous pourrions donc commencer les audiences avec un document dans l'une ou l'autre langue pourvu que le comité y consente.

Mme Bridgman: Je pensais qu'il ne s'agissait pas simplement du français et de l'anglais. En lisant le document je pensais plutôt à des langues comme l'allemand et le chinois ou toute autre langue dans laquelle s'exprime le témoin. Ces documents seraient donc traduits en anglais et en français.

Mme Fry: C'est ce que je pensais que cela voulait dire. Je pensais qu'on allait recevoir un mémoire dans une autre langue, nous le ferions traduire pour pouvoir en prendre connaissance. Il me semble qu'il s'agit là d'une motion assez simple.

La greffière: Il y a très peu de mémoires rédigés en chinois.

Mme Fry: En fait il s'agit là d'un cas hypothétique, mais... .

Le président: La raison pour laquelle j'interviens est pour m'assurer que l'on comprend bien la motion. En tant que Canadien cette question me pose des problèmes—l'exemple de Rey Pagtakhan est un bon exemple. Supposons que quelqu'un arrive avec un document en français et qu'il s'attend à ce que M. Pagtakhan le lise. Comment pourrait-il, en tant que membre du comité, faire son travail, si ce document lui est remis dans une langue qu'il ne comprend pas, si je me fie à ce qu'il a dit il y a quelques instants.

Il me semble que pour faire notre travail en tant que membres du comité nous devons avoir la documentation dans notre propre langue. Sinon, on est dans une situation désavantageuse, ce qui n'est pas juste. Si un témoin veut que j'écoute son témoignage, il doit me le donner dans une langue que je peux comprendre. Ainsi, s'il s'agit d'une organisation nationale qui se dit pouvoir fonctionner dans les deux langues, nous pouvons au moins suggérer que le témoignage nous soit présenté dans les deux langues. Quand nous le recevons dans une des deux langues seulement, nous avons pour habitude de le faire traduire avant que le comité ne l'étudie.

Mme Fry: N'est-ce pas précisément là ce que dit la motion?

Le président: Non. La motion prévoit que la greffière du comité puisse distribuer les documents dans la langue originale après quoi, quand elle en a le temps, elle en assure la traduction. C'est bien cela que prévoit la motion n'est-ce pas?

Mme Fry: Je croyais que le mot «assure» voulait dire le contraire, c'est-à-dire non pas quand elle en a le temps, mais que c'est... .

Le président: Je me suis exprimé ainsi pour bien montrer qu'il s'agit en fait d'un processus en deux temps.

Mme Fry: On dit bien «leur distribution dans les meilleurs délais» il me semble que c'est rapide.

M. Szabo (Mississauga-Sud): Monsieur le président, ce n'est pas la pratique à la Chambre de traduire les documents dans les deux langues officielles avant de les distribuer. La motion, dans ce cas, prévoit simplement que tous les documents seront distribués immédiatement. Je suis d'accord avec Hedy, ils seront traduits dans les meilleurs délais et distribués dans le but de nous tenir informés des documents en question. Cela facilitera la tâche du comité. En d'autres termes, nous ne voulons pas devoir attendre jusqu'à ce que les exemplaires soient disponibles à la fois en anglais et en français avant de pouvoir les obtenir.

[Texte]

[Traduction]

The Chairman: I do.

Mr. Szabo: You do?

The Chairman: Yes.

Mr. Scott: There seems to be a separate issue here or, at least, I'm missing something. We're talking about receiving interventions from an outside party that may or may not be in both official languages. Is it a tradition of this place to ask some volunteer agency that we've asked to appear before us to absorb the cost of translation?

Ms Fry: I don't think any of them can.

Mr. Scott: That's one thing, but we don't ask them to do the translation, I presume.

• 0930

The Clerk: Government departments are expected to give us their documents in French and in English.

Mr. Scott: Exactly. I understand that.

The Clerk: For other organizations, we'll offer them that service. But it can be delayed as much as a week. If we receive something to be translated in French or in English that is 10 or 12 pages long, it could delay the work of the committee for maybe a week. It depends on how busy Secretary of State is with translations. We do it as promptly as we can, but—

Mr. Scott: But the hearing of those witnesses is not necessarily delayed until that exercise is complete. Is that correct?

The Clerk: That's up to the committee.

Ms Fry: Would we not be able to facilitate that process if we asked people who were coming to present their briefs a week or 10 days before they come?

The Clerk: I can try that, but it doesn't always work, unfortunately. Often they show up at the meeting with copies of it.

Mme Picard (Drummond): Je me sens un peu lésée là-dedans car je suis la seule, à ce Comité, à ne pas parler l'anglais. Donc, pour bien faire mon travail, il me faut des documents en français.

Je fais tous les efforts, actuellement, pour pouvoir bien m'exprimer dans votre langue, mais ma langue maternelle est le français et si je veux bien faire mon travail, et j'y tiens, je veux des documents en français et je veux qu'on s'exprime en français pour moi.

Certes, on peut se servir de bien des moyens, en autres des interprètes, mais en ce qui a trait aux documents, j'exige qu'ils me soient transmis en français.

The Chairman: I would like to make a point as well. For me it's a matter of principle. About four years ago the Consumer and Corporate Affairs committee had before it a representative of a national organization with a letterhead

Le président: Moi bien.

M. Szabo: Vraiment?

Le président: Oui.

M. Scott: Il me semble que l'on parle d'autre chose ici, ou peut-être est-ce que je ne comprends pas bien la situation. On discute en effet de documents qui nous sont remis par quelqu'un de l'extérieur et qui peuvent être ou ne pas être dans les deux langues officielles. A-t-on pour habitude ici de demander à un organisme bénévole que nous avons prié de comparaître d'éponger le coût de la traduction?

Mme Fry: Je ne crois pas qu'aucun de ces organismes soit à même de le faire.

Mr. Scott: Très bien, mais nous ne leur demandons pas d'assurer la traduction, n'est-ce pas?

•

La greffière: Les ministères sont censés nous donner leurs documents en anglais et en français.

M. Scott: Oui, je comprends.

La greffière: Dans le cas des autres organisations, nous leur offrons ce service. Cependant les retards peuvent atteindre parfois une semaine. Si nous recevons un texte de 10 ou 12 pages qui doit être traduit en français ou en anglais cela peut retarder le travail du comité d'une semaine parfois. Tout dépend si les services du Secrétariat d'État sont très occupés ou non. Nous procédons dans les meilleurs délais, mais...

M. Scott: Cependant l'audience des témoins n'est pas nécessairement reportée jusqu'à ce que la traduction soit terminée, n'est-ce pas?

La greffière: Cela dépend du comité.

Mme Fry: Ne pourrions-nous pas faciliter les choses si nous demandions à nos témoins de présenter leurs mémoires une semaine ou 10 jours avant qu'ils ne viennent eux-mêmes témoigner?

La greffière: Je peux essayer, mais cela ne marche pas toujours comme cela, malheureusement. Très souvent, les témoins nous amènent leurs documents à la séance même.

Mrs. Picard (Drummond): I feel a bit like the injured party here because I'm the only one at this committee that doesn't speak English. So, in order to do my work properly, I need the documents in French.

I'm making every effort to speak your language properly, but my mother tongue is French, and if I want to do my work well, which is what I want, I need to receive the documents in French and to hear what is said in French.

Of course that can be done in different ways, as we can use the services of the interpreters, but as far as documents are concerned, I insist that they be distributed to me in French.

Le président: J'aimerais dire ceci également: à mon avis il s'agit là d'une question de principe. Il y a quatre ans, un représentant d'une organisation nationale qui se dit bilingue, une des organisations très bien connues sur la scène nationale

[Text]

[Translation]

purporting to give service in both languages—and it was one of the better known national organizations. They came with a document in English only. Several Conservative members from Quebec who were on the committee really didn't function in English. I knew that from being friends with them. This person was going to proceed to give a presentation in English that at least three members of the committee didn't understand, except through translation. That was fine insofar as the oral presentation was concerned, but they had a 20-page document dumped before them that they couldn't read but were supposed to ask this guy questions on. It was an insult, an absolute insult.

So I made a motion. I forget the wording, but the essence was pretty clear. As there was no question that organization had the capacity to do that, that person was asked to withdraw until he could provide the brief in both official languages.

I wouldn't extend that to an individual or to some small organization that came before the committee that didn't have the capacity or resources to translate it in both languages.

What I would suggest as a parliamentarian is that either we build in a time lag, which somebody suggested a moment ago, or at the very least, before the document gets distributed—The committee is going to undertake the expense anyway. We're not saying that we don't undertake to do it; we're saying we do it promptly. Well, let's do it so promptly that we do it before the committee deals with the issue. That makes it fair to all. The other is not fair.

I made the point about the individual a moment ago. If you are given a document you can't read and you're supposed to ask questions on that document, it doesn't make any sense.

I would hope that we would consider changing the motion to incorporate the idea that they be translated before we act on them.

Mr. Szabo: The motion is with regard to distribution. I don't think it addresses receipt at meetings or holding meetings or anything. I would think that if you really want to pursue this with that kind of vigour, a motion would have to come forward where this committee will not entertain any any presentations or documents that are not in both official languages. That's what you are basically saying.

• 0935

But if somebody sends us something as informal information to this committee, your approach would mean that the clerk would not be able to distribute those original copies to the committee members until they were translated.

The Chairman: That's right.

Mr. Szabo: If it has nothing to do with a meeting or questioning witnesses or panels, does it make any sense not to at least distribute whatever is sent for the attention of committee members, regardless of what it is? It could be a brochure. This has to do with distribution of materials. You have fogged up this discussion by bringing in the fact that you are sitting at a panel and they give you something—

est venu témoigner munie d'un document en anglais seulement au Comité des consommateurs et des sociétés. Plusieurs membres conservateurs du Québec qui faisaient partie du comité ne pouvaient fonctionner en anglais. Je le savais car ils étaient mes amis. Ce témoin allait donc faire un exposé en anglais, langue que ne possédaient pas au moins trois membres du comité qui avaient recours à l'interprétation. Pas de problème donc pour la partie orale de l'exposé; cependant, ces personnes recevaient un document de 20 pages dans une langue qu'ils ne pouvaient lire et au sujet duquel les députés en question étaient censés poser des questions. C'était le comble de l'insulte.

J'ai donc présenté une motion. Je ne me souviens pas du libellé, mais dans les grandes lignes celle-ci était claire. Étant donné que cette organisation était certainement capable de présenter la traduction de son texte, la motion demandait à cette personne de se retirer jusqu'à ce qu'elle puisse offrir son mémoire dans les deux langues officielles.

Je n'appliquerai pas le même régime à une personne ou à une petite organisation qui n'aurait pas les capacités ou les ressources voulues pour faire traduire son mémoire.

En tant que parlementaire ma proposition est la suivante: nous pourrions prévoir un certain délai pour la traduction, ce qui a été suggéré il y a quelques instants ou, pour le moins, avant que le document ne soit distribué... De toute façon le comité devra payer les frais de traduction. Nous ne disons pas que nous ne voulons pas assumer les frais, nous disons que nous allons assurer la traduction dans les meilleurs délais. Ces délais pourraient être raccourcis au point où la traduction serait faite avant que le comité n'étudie le document en question. Procéder de cette façon c'est procéder avec équité envers tous. Procéder différemment n'est pas juste.

Comme je l'ai dit il y a quelques instants, si l'on reçoit un document que l'on ne peut pas lire et sur lequel on est censé poser des questions, c'est vraiment ridicule.

J'aimerais que l'on envisage de modifier la motion pour prévoir que les documents soient traduits avant qu'on ne les prenne en considération.

M. Szabo: La motion porte sur la distribution des documents. Elle ne dit rien au sujet de la réception des documents lors de la séance même etc. Je pense que si l'on tient tellement à procéder comme vous le souhaitez, il faudrait avoir une motion prévoyant que le comité ne permettra pas d'exposés ou de documents qui ne soient dans les deux langues officielles. C'est en fait ce que vous dites.

Mais si quelqu'un fait parvenir au comité des renseignements non officiels, cela voudrait dire alors que la greffière ne pourrait pas distribuer ces documents originaux aux membres du comité tant qu'ils n'auraient pas été traduits.

Le président: Exactement.

Mr. Szabo: S'ils n'ont pas trait à une séance ou à l'interrogatoire de témoins ou de panels, est-ce qu'il ne serait pas sensé d'au moins distribuer ce qui est envoyé à l'intention des membres du comité, quelle que soit la nature du document? Ce pourrait être une brochure. Il est ici question de distribution de documents. On a embrouillé les cartes en parlant du fait que quand on siège à un panel et qu'on vous donne quelque chose...

[Texte]

The Chairman: That may be so, Paul. I hadn't deliberately tried to fog it up. Let me give you an interpretation of this motion.

If a witness comes and the clerk takes his 20 documents and gives them to each member, she is distributing the document, which is what this motion says. So it does relate to witnesses—

Mr. Szabo: But you are saying that they can't even come to the meeting if they don't have their presentation in both official languages in hand.

The Chairman: No. That was a very particular example. In that case the witness had the capacity to service in both official languages and should have done so. What I'm saying "in large" is different. What I'm saying is to ask a committee member to deal intelligently with a document, you have to give that committee member the document in his or her own language. That's all I'm saying.

Mr. Szabo: Mr. Chairman, maybe it would be helpful to deal with specific examples and see what the wish of the committee would be. For instance, if the Canadian Nurses Association had a document they put together on, say, Nurses 2000 and their initiatives, and they sent it to this committee via the clerk or via the chairman, would this committee like to have that document, whatever it was in whatever language it was, circulated to members?

The Chairman: You want me to answer that?

Mr. Szabo: Yes.

The Chairman: I'd like to have it circulated in a language that each member of the committee could read. Therefore if the nurses association wanted to come here, I would do one of two things—

Mr. Szabo: I didn't say that. They just sent information in the mail.

The Chairman: Okay, better still. I'd have it translated. If it's going to be translated anyway, what's the rush?

Mr. Szabo: Understood. But would it be acceptable for the committee to have whatever was received circulated, and to the extent it required translation, it would be done promptly and distributed as soon as possible thereafter? Something that had nothing to do with a hearing, a panel, a witness, or anything.

The Chairman: My suggestion is that we conclude discussion on this one soon and the steering committee will take it under advisement and come back with this resolution or a revised resolution.

We've heard your discussion. Are there any other comments on number six?

Mr. Scott: One quick one. You said soon. In New Brunswick we deal with this all the time. We make a distinction between the presentation and any other background documentation that might be brought. Many people will make representations to the committee. They will have a presentation that has to be in both official languages. Everybody looking at that presentation, reading the documents, has to have access to that.

[Traduction]

Le président: Peut-être, Paul. Ce n'était pas mon intention d'embrouiller les cartes. Permettez-moi de donner une interprétation de cette motion.

Si un témoin se présente et que la greffière prend ses 20 documents et les promet à chacun des membres, elle distribue le document, ce que dit la motion. Donc cela a trait à l'audition de témoins...

M. Szabo: Mais vous dites qu'ils ne peuvent même pas se présenter à la séance s'ils n'ont pas en main leur exposé dans les deux langues officielles.

Le président: Non. C'était un cas très particulier. Dans ce cas-là, le témoin pouvait présenter son mémoire dans les deux langues officielles et aurait dû le faire. Ce que je dis «en général», c'est différent. Je dis que pour demander à un membre du comité de tirer ce qu'il faut d'un document, il faut le lui donner dans sa propre langue. C'est tout ce que je dis.

M. Szabo: Monsieur le président, peut-être serait-il bon de traiter de cas précis et de voir ce que le comité voudrait alors faire. Par exemple, si l'Association des infirmières et infirmiers du Canada avait rédigé un document sur, par exemple, la situation des infirmières en l'an 2000 et ses initiatives, et qu'elle le faisait parvenir au comité par l'intermédiaire de la greffière ou du président, le comité voudrait-il que ce document, quelle que soit la langue dans laquelle il est rédigé, soit distribué aux membres?

Le président: Vous voulez que je réponde?

M. Szabo: Oui.

Le président: Je voudrais qu'il soit distribué dans une langue que tous les membres du comité peuvent comprendre. Ainsi, si l'Association des infirmières et infirmiers voulait comparaître, je ferai l'une de deux choses...

M. Szabo: Ce n'est pas ce que j'ai dit. Je suppose que l'Association ne fait qu'envoyer des renseignements par courrier.

Le président: Très bien, c'est encore mieux. Je les ferai traduire. Si cela doit être traduit de toute façon, pourquoi tant se presser?

M. Szabo: Compris. Mais le comité trouverait-il acceptable que tout ce qu'il reçoit soit distribué, et que dans la mesure où il faut traduire des documents, on le fasse faire promptement et qu'on en distribue le plus rapidement possible la traduction? C'est quelque chose qui n'a rien à voir avec une audience, les travaux d'un panel, la comparution d'un témoin ou des choses de ce genre.

Le président: Je propose que nous terminions rapidement le débat sur cette question et le comité directeur y réfléchira puis vous proposera la présente résolution ou une résolution révisée.

Nous avons recueilli votre point de vue. Voulez-vous ajouter quelque chose au sujet du point numéro six?

M. Scott: Rapidement. Vous avez dit dans les plus brefs délais. Au Nouveau-Brunswick, nous faisons constamment face à ce genre de questions. Nous établissons une distinction entre le mémoire et tout autre document à l'appui qui peut être soumis. De nombreuses personnes se présentent devant les comités. Elles ont un mémoire, qui doit être dans les deux langues officielles. Toute personne qui consulte ce mémoire, qui lit les documents, doit pouvoir les comprendre.

[Text]

[Translation]

That does not mean that they might be held up for a long time for a whole bunch of background documents that we all know we don't get a chance to read anyway. They would like to provide background documents for detailed elaboration of their presentation. Those things are distinguished. Therefore, you find a bit of a saw-off in being able to get this done and not have to wait for a 100-page document or some such thing that will tie you up forever when you really want to get at the meat of the presentation.

Anyway, that's just a suggestion.

M. de Savoye: Il serait important qu'on ait effectivement les deux versions d'un document. J'ai souvent eu le plaisir de lire des traductions françaises d'un document anglais, et Dieu merci que la version anglaise était disponible; cela m'a permis de comprendre ce qu'on voulait vraiment dire dans la version française qui n'est pas toujours fidèle.

On fait présentement face à deux situations. Lors de l'audition de témoins, tout document devrait être immédiatement disponible dans les deux langues officielles pour répondre aux préoccupations que vous avez soulevées. Et cela, que ce soit de l'anglais au français ou du français à l'anglais. On pourrait avoir un certain nombre de témoins francophones et M. Pagtakhan le mentionnait, il ne voudrait pas être désavantagé par la situation. Je crois que l'on se comprend bien.

• 0940

Cependant, lorsqu'on ne procède pas à l'audition de témoins, la diffusion de tout document destiné aux membres du Comité ne devrait pas être nécessairement retardée, selon moi, jusqu'à ce qu'une version française soit disponible. La version originale, qu'elle soit française ou anglaise, pourrait être rendue disponible à tous immédiatement, puisque nous ne siégeons pas à ce moment-là. La version dans l'autre langue pourrait nous parvenir dans les meilleurs délais, soit le lendemain, 24 ou 36 heures plus tard.

Je ne vois pas d'inconvénient à ce que l'on procède ainsi.

Le président: Êtes-vous d'accord avec la motion?

M. de Savoye: Pas avec la motion telle qu'elle est présentée, mais telle que je viens de l'expliciter.

The Chairman: Okay, we've had a discussion. Can we withdraw this one for the time being and get back to you at the next meeting?

Mr. Pagtakhan: Table it.

The Chairman: The steering committee met just before this meeting and agreed that the steering committee would be in camera. Maybe from time to time we'll have need to have in camera meetings for writing reports and that kind of thing.

The spirit of this motion before you is that when there are private meetings, non-public meetings, there will be only one transcript kept, which the clerk would be the custodian of. You would get minutes of the meeting, but you wouldn't get a full transcript of in camera meetings. If you had need to consult that transcript, you could do it through her office. The purpose is to keep a full record but not to clutter it up with a lot of extra paper. We would have minutes of the meeting but not a full transcript.

Cela ne veut pas dire qu'on risque de retarder longtemps leur cas en comparaison pour un paquet de documents à l'appui que, nous le savons tous, nous n'avons même pas l'occasion de lire de toute manière. Ils souhaitent parfois fournir des documents à l'appui pour préciser leur mémoire. On établit une distinction entre ces éléments. Par conséquent, c'est un genre de compromis qui permet de faire cela sans avoir à attendre un document de 100 pages ou quelque chose qui vous retarde indéfiniment quand au fond tout ce qu'on veut c'est saisir le fond du mémoire.

Quoi qu'il en soit, ce n'était qu'une suggestion.

Mr. de Savoye: It would be important, in fact, to have both versions. I often had the pleasure to read French translations of an English paper, and thank God, the english version was available; I was then able to understand what was really meant in the French version, which is not always accurate.

At the moment, we are faced with two situations. When we hear witnesses, all papers should be readily available in both official languages to meet the concerns you raised. This should be the case whether it be necessary to translate the document from English to French or from French to English. We could happen to have a number of French-speaking witnesses and, as Mr. Pagtakhan just said, he would not like to be disadvantaged. I think we all clearly understand the point.

However, when we do not hear witnesses, in my view the circulation of documents to committee members showed not be delayed until the French version is ready. The original version, whether it be in French or in English, could be made available to everyone immediately, since we are not sitting at that time. The translation could be made available to us as soon as possible, maybe the day after, 24 or 36 hours later.

I do not see any problems with that approach.

The Chairman: Do you agree with the motion?

Mr. de Savoye: Not with the motion as it is now worked, but as I explained it.

Le président: Très bien, nous en avons discuté. Pouvons-nous retirer cette motion pour l'instant et revenir sur la question à la prochaine séance?

Mr. Pagtakhan: Reportez-la.

Le président: Le comité directeur s'est réuni juste avant cette séance et a décidé qu'il se réunirait à huis clos. Peut-être que de temps à autre nous devrons tenir des séances à huis clos au moment de la rédaction des rapports et à d'autres occasions de ce genre.

Cette motion dont vous êtes saisis vise à faire en sorte que dans le cas des séances privées, celles qui ne sont pas ouvertes au public, on ne conserve qu'une transcription, dont la greffière serait la gardienne. Vous obtiendrez le procès-verbal de la réunion, mais pas une transcription textuelle de la séance à huis clos. Si vous aviez besoin de consulter cette transcription, vous pourriez vous adresser au bureau de la greffière. Nous voulons conserver des dossiers complets mais nous ne voulons pas nous encombrer d'une quantité de papier inutile. Nous aurions donc le procès-verbal de la séance mais non pas la transcription intégrale.

[Texte]

[Traduction]

Any comments? It will be moved by Rey. I'm assuming you are moving it.

Mr. Pagtakhan: Sure.

The Chairman: In the second line the motion should be changed by inserting the words "and staff" after the word "Members", to read "Members and staff of the Committee".

En français:

par les membres et les personnels du Comité

Motion agreed to.

The Chairman: Let's go back to the agenda.

On Order in Council appointments, you'll realize that we get these as an automatic reference. These came to us on January 19. We have until the 8th to examine any of the nominees, in this case members of the Medical Research Council.

I have a view on the subject but I'd like to hear others first.

Mr. Pagtakhan: I would like to raise the point, Mr. Chairman, that we be provided with a brief "bio-data" of the nominees so we can indicate, if we so choose, any view or opinion we may have. By and large it will be an endorsement, but it would be very nice if we endorse that person or we have no objection that we have a basis for such a decision. I'm acting on the principle that what we do not see, we do not know, and so I would like to see the bio-data.

• 0945

Mr. Szabo: Mr. Chairman, I also would like to have a little bit more information about the appointments in terms of what period this is for and the number that have been considered. Although this piece of paper says "Tabled in the House", I assume these are the ultimate nominees who have been proposed out of whoever has applied for them. Is there a term and remuneration for these? As a new member, I'm going to be naive enough to ask why this is coming. Right now it seems to me that this committee is being asked to be a rubber stamp, and I really don't care to be a rubber stamp. If this is really going to be referred to this committee, I'd like to know who proposed these, when, what process they've gone through to review them, who is moving or who has referred, and who is endorsing these nominations to this committee. These could be lifetime appointments, for all I know.

The Chairman: Are there any other comments?

Mrs. Ur: Although I'm a new member on the Hill, I feel much the same way. Perhaps all of this is quite familiar to many of you, if you've been in provincial or federal politics. But we should know the basis on which these people were selected, the criteria, the numbers. As Paul said, do they get paid for these positions? I would like to have a little bit of background so we have some knowledge of what's going on so we're not just saying, yes, yes, yes.

Avez-vous des observations? Rey en fera la proposition. Je suppose que vous en faites la proposition.

Mr. Pagtakhan: Bien sûr.

Le président: À la deuxième ligne, la motion devrait être modifiée par l'ajout des mots «et le personnel» après le mot «Membres», ce qui donne «par les membres et le personnel du Comité».

In English:

by members and staff of the Committee

La motion est adoptée

Le président: Revenons à l'ordre du jour.

Au sujet des nominations par décret, vous comprenez qu'elles nous sont automatiquement renvoyées. Celles-ci nous sont parvenues le 19 janvier. Nous avons jusqu'au 8 pour examiner les candidatures, il s'agit ici de membres du Conseil de recherches médicales.

J'ai réfléchi à la question mais j'aimerais tout d'abord entendre votre opinion.

Mr. Pagtakhan: J'aimerais d'abord dire, monsieur le président que nous devrions obtenir une brève notice biographique des candidats afin que nous puissions faire savoir, si nous le voulons, ce que nous en pensons. C'est dans une large mesure un processus d'approbation, mais il serait très bien que nous ayons quelque chose sur quoi fonder notre décision, que nous approuvions une candidature ou que nous n'ayons pas d'objection à celle-ci. Je pars du principe que nous ne pouvons pas savoir ce que nous ne voyons pas, et c'est pourquoi j'aimerais voir les notices biographiques.

Mr. Szabo: Monsieur le président, j'aimerais moi aussi obtenir un peu plus d'informations sur les nominations pour savoir la durée des mandats et le nombre de candidatures que nous avons reçues. Même si ce document porte la mention «Déposé à la Chambre», j'imagine que nous avons là les dernières candidatures qui ont été retenues parmi toutes celles qu'on a reçues. Ces personnes auront-elles un mandat et seront-elles rémunérées? En tant que nouveau député, je me réserve la naïveté de demander pourquoi on est saisi de cette question. Il m'apparaît pour le moment qu'on demande à notre comité d'approuver machinalement ces candidatures, et quant à moi, je ne me sens pas la vocation d'un tampon de caoutchouc. Si notre comité doit réellement se pencher sur ces candidatures, j'aimerais savoir qui les a proposées, quand, ce qu'on a fait pour les examiner, qui les a proposées ou qui nous les a référées, et qui soutient les nominations qui ont été adressées au comité. Pour autant que je sache, il pourrait s'agir de nominations à vie.

Le président: Y a-t-il d'autres observations?

Mme Ur: Même si je suis nouvelle sur la Colline, je partage ce sentiment. Il se peut que bon nombre d'entre vous vous y retrouvez, si vous avez été en politique provinciale ou fédérale. Mais nous devrions savoir sur quoi on se fonde pour choisir ces personnes, quels sont les critères, combien de candidatures il y a. Comme Paul l'a dit, les titulaires de ces postes seront-ils rémunérés? J'aimerais avoir un peu plus d'informations pour que nous sachions ce qui se passe, pour que nous soyons autre chose que des bénis-oui-oui.

[Text]

[Translation]

Mme Picard: Je partage les idées de mes collègues. Cela ne me dit absolument rien. Qu'est-ce que font ces personnes-là? À quel comité sont-elles affectées? Pour quelle discussion? Est-ce qu'on nous demande d'approuver sans rien connaître? Je m'interroge.

Mr. Scott: Could I suggest that we get a list of the various boards and agencies that would put forward Order in Council appointments? At least then, independent of these names, we'd have some sense of what they do, the nature of the terms, and so on and so forth. That way we would know what the Medical Research Council does. I don't. We would have a better chance to judge without having to have that brought up every single time.

The Chairman: Maybe I could take off my chairman's hat and put on the hat of the person at the table who has been here the longest and put this thing in perspective, as best I can.

As you can see from the letters PC at the beginning, they are all Order in Council appointments. All the appointments have been made by cabinet. There are three types of appointments here; actually four.

The first is a group of people named to the Medical Research Council. It's one of the federal funding councils that, as a government, we put money into to fund research across the country in the area of medicine. A number of people are appointed to it.

I was involved with the Medical Research Council when I was parliamentary secretary a few years ago. I forget, but I believe some of the members are there on a per diem basis, which means they get paid for the days they attend meetings.

Now, when you come to the appointment of Mr. Deeks, the chairman of the board of directors of the Canadian Centre on Substance Abuse, that might be a per diem type of appointment. But you can certainly guess that the next one is a paid position. This person is being appointed as the deputy minister of a department.

But the point is made that some of the appointments are per diem appointments and others are salaried appointments.

• 0950

Cabinet has already made the decision. I want to pick up on the point Paul made about the rubber stamp. He's absolutely right. The easiest way we can become a rubber stamp is to allow all these things to go through pro forma.

I believe, over the next short term, we should resolve to pick one or two or three, not necessarily from this list, and bring those people before the committee. It sends a signal to the Order in Council appointees that they can't take it for granted they're going to have the rubber stamp of the committee. It sends a signal to the whole process, including cabinet, that we're prepared to scrutinize those appointments.

So I believe in the next two or three months we ought to find an opportunity, either one of these or another, to call a nominee before the committee and ask them some questions about their competence for the position, and so on. I'd like to see us do that.

Mrs. Picard: I share the feelings of my colleagues. I know absolutely nothing about these people. What do they do? To which committee will they be referred? For what kind of discussion? Are we being asked to approve these appointments without knowing anything about them? That's what I want to know.

M. Scott: Pourrions-nous obtenir la liste des divers conseils et organismes qui proposent des nominations par décret? Du moins, sans même connaître ces personnes, nous aurions une idée de ce qu'elles font, de la nature de leur mandat, et de tout le reste. Nous saurions ainsi ce que fait le Conseil de recherches médicales. Nous serions mieux en mesure de porter un jugement sans avoir à poser toutes ces questions toutes les fois.

Le président: Permettez-moi de délaisser un instant mon rôle de président et de vous parler en tant que député qui est ici depuis le plus longtemps, et ce, afin de mettre les choses en perspective, du mieux que je peux.

Comme l'indiquent les lettres DC qui précèdent chaque nom, il s'agit de nominations par décret de conseil. Toutes ces nominations ont été faites par le cabinet. Il y a trois genres de nominations ici; en fait, il y en a quatre.

Le premier désigne le groupe de personnes qui ont été nommées au Conseil de recherches médicales. Il s'agit de l'un de ces conseils subventionnaires que le gouvernement fédéral finance afin de stimuler la recherche médicale au pays. Un certain nombre de personnes y sont nommées.

J'ai travaillé avec le Conseil de recherches médicales à l'époque où j'étais secrétaire parlementaire, il y a quelques années. J'oublie, mais je crois que certains de ses membres ne touchent qu'une allocation journalière, ce qui veut dire qu'ils ne sont rémunérés que les jours où ils assistent aux séances du Conseil.

Si l'on passe maintenant à la nomination de M. Deeks, le président du conseil d'administration du Centre canadien de lutte contre les toxicomanies, il peut s'agir d'une nomination du genre allocation journalière. Mais vous pouvez être sûrs que le poste qui suit est un poste rémunéré. Cette personne est nommée comme s'il s'agissait d'un sous-ministre.

Mais le fait que certaines de ces nominations sont du genre allocation journalière et que d'autres nominations visent à combler des postes rémunérés.

Le Cabinet a déjà pris sa décision. J'aimerais maintenant revenir à ce que Paul disait au sujet des approbations automatiques. Il a parfaitement raison. Il est sûr que notre comité finira par approuver machinalement toutes les nominations si nous ne montrons pas rigoureux.

Je crois, qu'à court terme, le mieux serait de nous entendre sur deux ou trois noms, qui ne seraient pas nécessairement tirés de cette liste, et de convoquer ces personnes. Les personnes nommées par décret du Conseil verront ainsi que le comité n'est pas là pour approuver automatiquement leurs nominations. Tous les intéressés, y compris le Cabinet, comprendraient ainsi que nous sommes disposés à examiner ces nominations.

Je crois donc que dans les deux ou trois mois à venir, nous devrions trouver un moyen, quel qu'il soit, de convoquer un candidat et de l'interroger sur ses compétences et le reste. J'aimerais que nous passions cela.

[Texte]

Mr. Pagtakhan: That would be a natural consequence were we to decide that we would invite one or two. But we couldn't make a decision if we have not seen any bio-data—

The Chairman: We heard that 20 minutes ago.

Mr. Pagtakhan: Yes. But to your point, Mr. Chair, to pick out one or two and set an example without basis, as the bio-data will have been convincing already, is carrying it too far, because you can give the impression that you have concerns about the appointment. What I'm saying is that once we see the bio-data, and if we pre-develop a consensus that the list is really the best—in other words we have no objection—when we give the statement that we have no objection, then we have made a considered judgment.

However, if we so identify, from knowledge from our backgrounds, that we know of someone better for the position, or we somehow have known an appointee, then I agree with you, Mr. Chair, we can invite them.

I hope I did not misunderstand you, that we would pick out one or two at random only to make a demonstration.

The Chairman: No, no. You probably did misunderstand me.

Mr. Pagtakhan: I apologize.

The Chairman: I wasn't talking about making an example of anybody. I was talking about a process you see in New York once a year. There's a street, which the Rockefellers own, right in the bowels of the Rockefeller Centre, and for one hour, one day each year, they block off the street to assert their continuing ownership. In the same context we have to send a signal about our ownership, our authority, in terms of this particular process.

Now, we don't do it by making an example of somebody. But if we go through the process that you suggest, where we get biographical information and we look at it, then if any one of us comes across an appointment we think to be a bit suspicious, a bit odd, or something that requires a little more explanation, we call that person before the committee. The other alternative is that if we try to call them all, we'll do nothing else.

Mr. Pagtakhan: Exactly.

Mr. Scott: In keeping with your analogy, do we get a list of all our streets? I'm seriously asking the question. I know I made the point earlier, but I don't have a sense of whether I was making the point or not. How many boards are we talking about?

The Chairman: Several hundred.

Mr. Scott: In the report to this group?

The Chairman: Oh, I see what you mean.

Mr. Scott: I mean just ours. Just a list. Then we have a sense that the—

The Chairman: The question is what Order in Council appointments come under the purview of this group. May we look at that question, folks, and find out? We'll take that up and also take up the one Rey mentioned about some biographical information insofar as the present appointees are concerned.

[Traduction]

M. Pagtakhan: C'est ce que nous ferions naturellement si nous décidions d'en inviter un ou deux. Mais nous ne pourrions prendre de décision sans avoir de notice biographique. . .

Le président: Cela été dit il y a 20 minutes.

M. Pagtakhan: Oui. Mais pour en revenir à ce que vous dites, monsieur le président, à savoir en choisir un ou deux et faire un exemple sans motif, car les notices biographiques seront éloquentes en elles-mêmes, c'est à mon avis aller un peu trop loin, parce que vous risquez de donner l'impression que vous doutez de la nomination. Ce que je dis, c'est qu'une fois qu'on aura vu les notices biographiques, si nous pouvons nous entendre sur le bien-fondé de la liste—autrement dit, si nous n'avons aucune objection—lorsque nous déclarerons que nous n'avons aucune objection, l'on verra alors que nous avons porté un jugement motivé.

Toutefois, si nous pouvons affirmer, à partir de nos propres connaissances, que nous connaissons un candidat mieux qualifié pour le poste, ou que nous connaissons le candidat, alors je suis d'accord avec vous, monsieur le président, nous pouvons les inviter.

J'espère ne pas vous avoir mal compris, à savoir, que nous choisirions un ou deux candidats au hasard uniquement pour faire un exemple.

Le président: Non, non. Vous m'avez probablement mal compris.

M. Pagtakhan: Je vous demande pardon.

Le président: Je ne disais pas qu'il faut faire un exemple. J'avais en tête une chose qui se fait à New York une fois par année. Il y a une rue, que possèdent les Rockefeller, en plein cœur du Rockefeller Centre, que la famille ferme pendant une certaine heure de la journée une fois par année, et ce, afin d'affirmer son droit de propriétaire. Dans la même veine, il nous faut affirmer notre droit de regard, notre autorité, dans le processus qui nous occupe.

Mais nous n'arriverons à rien en faisant un exemple. Si nous faisons ce que vous dites, si nous obtenons les notices biographiques et les examinons, et que l'un d'entre nous voit une nomination qui soulève des doutes, des interrogations, ou une nomination qui exige un peu plus d'explication, le comité convoquera cette personne. Autrement, si nous convoquons tout le monde, nous ne ferons rien d'autre.

M. Pagtakhan: Exactement.

M. Scott: Pour conserver votre analogie, est-ce que nous aurons la liste de toutes les rues que nous possédons? Je pose la question sérieusement. Je sais que je l'ai dit plus tôt, mais je ne suis pas sûr d'avoir été compris. De combien de conseils s'agit-il?

Le président: Quelques centaines.

M. Scott: Dans le rapport qui est adressé à notre comité?

Le président: Ah, je vois ce que vous voulez dire.

M. Scott: Je ne parle que de notre comité. Juste une liste. Comme ça, on saura que... .

Le président: Il s'agit de savoir quelles nominations par décret du Conseil intéressent notre comité. Pouvons-nous examiner cette question, les amis, et voir ce qu'il en est? Nous partirons de là et nous ferons aussi ce que Rey a proposé au sujet des notices biographiques des personnes qui viennent d'être nommées.

[Text]

[Translation]

Ms Fry: A couple of other things were mentioned earlier on. It is not just the committees or the groups and their CVs we need to look at but also how long they've been appointed for and are they remunerated in some way, by salary or whatever; just that basic information. It's my understanding that this group we're looking at here were appointed by the previous government. I know one of them, who has been there for two years.

Mme Fry: On a soulevé quelques autres questions un peu plus tôt. Nous ne devons pas seulement examiner les comités, les groupes et les curriculum vitae des candidats, mais nous devons aussi savoir la durée de leur mandat et leur rémunération, qu'il s'agisse de salaires ou d'autres choses; il nous faut ces renseignements élémentaires. Je crois savoir que le groupe que nous examinons aujourd'hui a été constitué par l'ancien gouvernement. Je connais l'une de ces personnes, qui est là depuis deux ans.

• 0955

The Clerk: I was told when I tried to get the CVs that the appointments are quite old. As a matter of fact, they are having a hard time finding the CVs because of that. They were tabled in the House as soon as the House started sitting after the election. That was their first opportunity to do it, so probably you are right.

La greffière: Lorsque j'ai voulu obtenir les curriculum vitae, on m'a dit que ces nominations remontaient à très longtemps. D'ailleurs, c'est pour cette raison qu'ils ont du mal à retrouver les curriculums vitae. Ceux-ci ont été déposés en chambre dès que les Communes ont recommencé à siéger après les élections. C'était la première fois qu'on avait la possibilité de les examiner, ce qui fait que vous avez probablement raison.

Mme Fry: Je m'écarte un peu du sujet ici, mais j'ai du mal à croire que le gouvernement peut perdre les curriculum vitae d'un groupe comme celui-ci. On les a sûrement classés quelque part.

La greffière: On ne les a pas perdus.

Mme Fry: On peut sûrement nous les envoyer. Si vous leur téléphonez maintenant, ils peuvent nous les envoyer par télecopieur.

La greffière: Je suis censée les recevoir d'ici la fin de la semaine.

Mr. Pagtakhan: Monsieur le président, je ne veux pas m'attarder sur ce point, mais cette observation soulève une autre question. Que fera le comité si, après avoir fait une demande en bonne et due forme, il ne reçoit pas les informations à temps pour rendre une décision? Renonçons-nous au droit que nous avons de porter un jugement parce que les autorités qui nous gouvernent ont décidé que tout cela ne sert plus à rien? Nous pourrions, par inadvertance ou négligence, nous retrouver constamment dans des situations où les délais annuleraient toute action de notre part.

Je crois que le comité doit faire comprendre aux autorités qui procèdent aux nominations que si nous ne pouvons pas agir et par conséquent exprimer nos réserves concernant certaines nominations... Autrement dit, il faut restaurer l'autorité du comité compétent, comme le veut le Règlement, afin que le comité ait un droit de regard sur les nominations. Ce n'est qu'une opinion, car je sais qu'il n'appartient qu'au Cabinet de décider.

Le président: Nous manquons de temps car les membres du comité ont d'autres engagements. Avant de nous quitter, au sujet des nominations par décret du Conseil, nous avons entrepris, à la demande d'Andy, de déterminer quelles nominations par décret du Conseil intéressent notre comité; et comme l'ont proposé Rey et Hedy, nous allons aussi obtenir les notices biographiques et autres renseignements comme les salaires, la durée des mandats et tout le reste. Nous reparlerons de ces questions à la prochaine séance.

Mr. Szabo: Monsieur le président, si vous permettez, étant donné que notre comité n'est pas très occupé pour le moment, je crois qu'il serait utile, puisque nous allons nous pencher souvent sur cette question, de nous montrer un peu plus prudents que d'ordinaire et d'obtenir un peu plus d'information pour que nous comprenions bien pourquoi nous faisons cela, parce qu'il s'agit surtout de nous éduquer, ainsi nous serons mieux en mesure de comprendre les processus, la documentation et qui fait quoi.

Ms Fry: Just to digress here, I find it difficult to think that a government would lose CVs for a group like this. Surely they are filed somewhere.

The Clerk: They haven't lost them.

Ms Fry: Surely they can send them to us. If you phone them now, they should be able to fax them.

The Clerk: I am supposed to receive them by the end of the week.

Mr. Pagtakhan: Mr. Chairman, not to belabour the point, but that raises another issue. What if in fact, after due request by the committee, we do not receive the information in time for us to make a decision? Do we waive our right to pass judgment because the standing order so decides that now it is moot? Otherwise, we could be kept in a situation where inadvertently or by an oversight the deadline is there before us.

I think the committee must make representation to the appointing authorities that unless we see that we are not taking any action and therefore we have reservations on a particular set of appointments. . . in other words, bring the authority back to where it belongs, as in the standing order, to the committee in terms of giving a view on the appointees. It is only an opinion, as the authority resides in cabinet.

The Chairman: We are running out of time, as members of the committee have other commitments. So before we leave, on the Order in Council appointments, we've undertaken, at Andy's request, to determine which Order in Council appointments come within the purview of this committee; and secondly to get biographical and other information, as suggested by Rey and Hedy, such as salary information, term of appointment, and so on. We'll come back to those issues at the next meeting.

Mr. Szabo: Mr. Chairman, if I may, as this committee isn't really very busy at this instant, I think it would be helpful, since this is going to be a regular issue, to maybe err on the side of giving us a little more information than less so we can properly see what is underlying this, more than anything as an educational approach to it, and then we'll be in a better position to understand the process and the documents and who has done what.

[Texte]

It has been indicated that some are appointees and some are nominees. It would be helpful to know who has nominated them, etc. This doesn't look like an onerous list of people, and maybe strictly from an educational perspective to—

The Chairman: A good exercise. I hear the committee. The committee has shown affirmative interest in this issue, so we are going to get you the information.

On the Auditor General's report item, we are going to circulate a related letter to you. May I suggest that the Auditor General's report and the briefing book and the future direction of the committee be items for the next meeting. If you have read the appropriate section of the briefing book, you'll notice that some items for possible examination are mentioned there.

What I propose to do at the next meeting, which I had intended to do today, but we are out of time, is to have almost a brainstorming session, a very quick go around the table, in which we see what is of primary interest to each member of the committee. We then give that list of items to the research people to help us rank them, and so on, so we can decide where we go from there in terms of a particular item of agenda for the next meeting.

The only question now is the next meeting. We should probably try to set it here. We have from Dr. Fry the times she can't be here because of an obligation she has with another committee, the human resources task force.

I know you all have obligations in the House and so on, but are there any other time exclusions we should be aware of in terms of individual members of the committee when we are looking at future times for meetings?

Mr. Pagtakhan: I would like us to consider Monday, Tuesday, or Wednesday as days for a meeting.

Mrs. Ur: I would prefer not on a Monday because sometimes we are in our ridings. Tuesday or Wednesday is fine.

• 1000

The Chairman: Is Tuesday a good day for meetings? Can we aim for early Tuesday?

Ms Fry: Is it taken into consideration that the task force meets Mondays or Tuesdays? She has the whole list of the next lot of meetings.

The Clerk: You didn't give me the twenty-second. You said the twenty-first, I believe.

Ms Fry: I don't know. Whatever they tell you.

The Chairman: We'll bear that in mind. We don't want to get on the wrong side of Dr. Fry, Lord knows. We'll keep all those things in mind.

The meeting will probably be next Tuesday. The meeting may be over on Sparks Street. Some of our committee rooms are on Sparks Street—701.

[Traduction]

On a dit que certaines personnes ont été nommées et que d'autres sont des candidates. Il serait utile de savoir qui les a nommées, etc. La liste ne semble pas très longue, et peut-être que, strictement d'un point de vue éducatif, nous . . .

Le président: Ce serait une bonne chose. Je vois ce que veut le comité. Le comité a démontré un intérêt positif pour cette question, nous allons donc obtenir les informations voulues.

Au sujet du rapport du vérificateur général, nous allons vous remettre une lettre qui a trait à cela. Je propose qu'on mette à l'ordre du jour de la prochaine séance le rapport du vérificateur général, le cahier d'information et l'orientation future du comité. Si vous avez déjà lu la section du cahier d'information qui nous intéresse, vous aurez remarqué qu'il y a là des sujets d'étude possibles.

Ce que je propose de faire à la prochaine séance, ce que je comptais même faire aujourd'hui, mais nous manquons de temps, c'est d'avoir une sorte de séance de remue-ménages, un bref tour de table, qui nous permettra de voir les principaux sujets d'intérêt des membres du comité. Nous donnerons ensuite cette liste de sujets à nos chercheurs qui nous aideront à établir un ordre, et tout le reste, et nous pourrons déterminer à partir de là l'ordre du jour des prochaines séances.

Ma seule question, pour l'instant, a trait à la prochaine séance. Nous devrions peut-être tâcher de nous entendre aujourd'hui sur l'ordre du jour. Le docteur Fry nous a fait savoir à quel moment elle ne peut être ici en raison des obligations qu'elle a envers un autre comité, le groupe de travail des ressources humaines.

Je sais que vous avez tous des obligations en chambre etc., mais y a-t-il d'autres moments où les membres du comité ne peuvent siéger, afin que nous sachions quand nous pourrons nous rencontrer?

M. Pagtakhan: J'aimerais que nous envisagions de siéger les lundis, mardis ou mercredis.

Mme Ur: Je préfère éviter le lundi parce que nous nous trouvons parfois dans nos circonscriptions. Le mardi ou le mercredi, c'est parfait.

Le président: Est-ce que mardi serait une bonne journée pour nos réunions? Peut-on viser le mardi tôt?

Mme Fry: A-t-on tenu compte du fait que le groupe de travail se réunit les lundis ou mardis? Elle a toute la liste de la prochaine série de réunions.

La greffière: Vous ne m'avez pas donné le 22. Je crois que vous avez parlé du 21.

Mme Fry: Je ne sais pas. Quoi qu'il en soit.

Le président: Nous en tiendrons compte. Nous ne voulons certainement pas nous faire mal voir par le docteur Fry. Nous penserons à tout cela.

Notre réunion sera probablement mardi prochain peut-être rue Sparks. Certaines des salles des comités sont rue Sparks—salle 701.

[Text]

One of my many beefs around here—as you get to know me better you'll find I am a frustrated old man—is that the restaurant crowd had to install themselves on the eighth floor of the Confederation Building with their offices while the committee people have to go scurrying down Sparks Street to find room to meet. That's an issue I am sure somebody will explain to me one of these days.

Ms Fry: You are hoping for a lot of explanations for some of these things.

Mr. Pagtakhan: In preparation for the next meeting, and since we are to consider the report of the Auditor General with respect to our committee, would it be the wish of the committee to invite the Minister of Health? In essence the Auditor General's report is a report to Parliament asking the government—Perhaps we can find out the schedule of the minister, knowing how busy she is. I submit that to save time we discuss this document in the presence of the Minister of Health.

The Chairman: Maybe I am not very helpful here this morning. All we are doing so far is getting ourselves organized. I would rather that we jell as a group first before we start bringing any witnesses into the room.

All we are going to do in relation to the Auditor General's report next week is look at it for a few minutes as an agenda item to see what we want to do with it. If we decide we want to call the Minister of Health, we would do that at a future meeting. It certainly wouldn't be next week.

Mr. Pagtakhan: I think we more or less know that the Auditor General's report is a report to Parliament upon which the government is to respond, in essence. The government, insofar as the Standing Committee of Health is concerned, is through the Minister of Health. Any discussion on the Auditor General's report will be very, very theoretical and academic unless we have the minister there.

The Chairman: I have no argument with that at all. You are absolutely right, but I don't want to prejudge the committee. The committee may decide it may first want to go on to some other things rather than the Auditor General's report. That's all I am saying to you.

Ms Fry: If the minister doesn't come, as parliamentary secretary I can get the information you request when you need it and present it here.

The Chairman: Sure.

The next committee is really going to do what I had hoped to conclude in this meeting, which is to look at the three or four items in front of us, the two items from the Auditor General's report—we already have the Order in Council appointments—and also at future items that committee members feel might be useful to consider in this committee.

At the end of the next meeting, I hope we will be in a position to indicate what specifically we are going to do in the following meeting. It might be the Auditor General's report; it might be Order in Council appointments. My intention would be to decide towards the end of next meeting a particular agenda for the following meeting. Am I clear at all?

[Translation]

Une des choses qui me choque toujours ici—and lorsque vous me connaîtrez mieux, vous verrez que je suis un vieil homme frustré—c'est que l'administration du restaurant a trouvé le moyen de s'installer au huitième étage de l'édifice de la Confédération avec tous ses bureaux alors que, pour les comités, nous sommes obligés d'aller chercher une salle rue Sparks. C'est quelque chose que quelqu'un m'expliquera certainement un de ces jours.

Mme Fry: Peut-être que vous ne devriez pas compter sur tant d'explications pour ce genre de choses.

M. Pagtakhan: En vue de la prochaine réunion et puisque nous devons examiner le rapport du vérificateur général au sujet de notre comité, le comité souhaite-t-il inviter le ministre de la Santé. En fait, le rapport du vérificateur général est un rapport au Parlement demandant que le gouvernement... Peut-être pourrions-nous nous renseigner sur l'horaire de la ministre, sachant qu'elle est très occupée. Je pense que pour gagner du temps, il serait préférable d'examiner ce document en présence de la ministre de la Santé.

Le président: Peut-être que je vais à contre-courant ce matin. Jusqu'ici, nous en sommes à nous organiser. Je préfèrerais que notre groupe se connaisse un peu mieux avant que nous ne commençons à faire venir des témoins.

Tout ce que nous ferons à propos du rapport du vérificateur général, la semaine prochaine, c'est en discuter quelques minutes dans le cadre de notre ordre du jour afin de voir ce que nous voulons en faire. Si nous décidons alors que nous souhaitons convoquer la ministre de la Santé, nous pourrons le faire à une réunion ultérieure. Ce ne sera certainement pas la semaine prochaine.

M. Pagtakhan: Nous savons déjà plus ou moins que le rapport du vérificateur général est un rapport au Parlement sur lequel le gouvernement a quelques réponses à fournir. Pour ce qui est du Comité permanent de la santé, le gouvernement c'est le ministre de la Santé. Toute discussion sur le rapport du vérificateur général ne pourra être que très théorique si la ministre n'est pas là.

Le président: Je ne conteste pas du tout cela. Vous avez tout à fait raison mais je ne voudrais pas préjuger des désirs du comité. Peut-être trouvera-t-il qu'il est préférable de commencer par un certain nombre d'autres choses que par le rapport du vérificateur général. C'est tout ce que je voulais dire.

Mme Fry: Si la ministre ne vient pas, à titre de secrétaire parlementaire, je pourrais obtenir les renseignements que vous demandez en temps et lieu.

Le président: Certainement.

La prochaine réunion nous permettra en fait de terminer ce que j'avais espéré faire cette fois-ci, à savoir examiner trois ou quatre points dont nous sommes saisis, les deux qui découlent du rapport du vérificateur général—nous avons déjà les nominations par décret du Conseil—and les autres questions que les membres du comité jugeront qu'il serait utile d'examiner.

À la fin de la prochaine réunion, j'espère que nous serons en mesure de préciser ce que nous ferons à la séance suivante. Peut-être que ce sera le rapport du vérificateur général ou au contraire les nominations par décret du Conseil. Je souhaiterais que nous ayons à la fin de la prochaine réunion un ordre du jour précis pour la réunion suivante. Est-ce que je me fais bien comprendre?

[Texte]

Ms Fry: I have one more question, Mr. Chair. We talked about setting an agenda for issues, which we were going to do this morning. It is obvious that we don't have time. Are we going to do this again as a steering committee before we really get our teeth into—We were supposed to pick issues that we were going to deal with, a wish list.

The Chairman: We are going to do that in our next main meeting.

Ms Fry: In the main meeting; so the steering committee won't do it.

The Chairman: No. I think the full committee ought to have a say in that rather than the steering committee. That's my view.

Mr. Scott: Is it appropriate that we meet at 8 a.m.? The easiest hour in the day for us is from 8 a.m. to 9 a.m. From 9 a.m. to 10 a.m. it gets tougher, and from 10 a.m. to 11 a.m. it gets tougher again.

Ms Fry: I would like to agree with this. I think at the beginning, while we are all learning, we are not getting much done in an hour. I think if we had a meeting from 8 a.m. till 9:45 a.m. for the beginning—Most people are busy asking questions at these meetings, so we get through one agenda item in a meeting.

• 1005

M. de Savoye: Vous êtes un professeur, et vous savez que, dans une semaine donnée, l'on peut avoir une heure de cours, une pause, et un peu plus tard, une autre heure de cours. Il y a une continuité qui se perd entre ces deux heures-là. La synergie est bien meilleure si les deux heures sont consécutives. Je suis d'accord avec madame.

Mr. Pagtakhan: I suggest that in light of the importance of the anti-smoking campaign issue the committee be seized with this issue at the very first opportunity, Mr. Chairman.

The Chairman: You understand my difficulty right now. I have made some commitments to people, including Dr. Fry. I'm interested in anti-smoking and the Auditor General's report and several thousand other things too. That's not the issue.

The issue is that in our first meetings we ought to accommodate each other so we can have a meeting when everybody is here. There are going to be times when three or four of us will be absent, but it's important that in the initial meetings, we have, where possible, every last body. That's what I'm trying to achieve. That's why I'm trying to cut off the meeting, because Hedy has to go to another meeting. I'd like to stay and talk about anti-smoking and the other things as well, but I think what we ought to do in the initial meetings is find times that are convenient for all of us, so we can all be here, jell as a group, and then set our agenda.

I understand the impatience. I want to get on to anti-smoking and everything else this morning too, but could we wait another week until we're all together again? That's what we're saying, in effect.

[Traduction]

Mme Fry: J'aurais encore une question, monsieur le président. Nous avons parlé de fixer un programme général, ce que nous devions faire ce matin. Il est évident que nous n'avons pas le temps de le faire. Est-ce que nous y reviendrons en comité directeur avant de vraiment attaquer...? Nous devions choisir un certain nombre de questions à étudier.

Le président: C'est ce que nous ferons lors de notre prochaine réunion du comité plénier.

Mme Fry: Ce n'est donc pas le comité directeur qui s'en occupera.

Le président: Non. J'estime que le comité plénier devrait s'occuper de cela plutôt que le comité directeur. Du moins c'est mon point de vue.

M. Scott: Pourrions-nous nous réunir à 8 heures du matin? L'heure la plus facile pour nous est 8 heures à 9 heures. De 9 heures à 10 heures cela devient plus difficile et de 10 heures à 11 heures, c'est encore pire.

Mme Fry: Je suis bien d'accord. J'estime qu'au début, alors que nous apprenons tous comment marchent les choses, on ne peut pas faire grand-chose en une heure. Si nous avions une réunion de 8 heures à 9h45 au début... La plupart ont des tas de questions à poser à ces réunions si bien que nous pouvons difficilement aborder plus d'un sujet par réunion.

M. de Savoye: You are a teacher and you know that in a given week, you can have a one-hour class, a break and later on another one-hour class. With that approach you lose continuity. There's a much better synergy if the two hours are consecutive. I agree with Dr. Fry.

M. Pagtakhan: Étant donné l'importance de la campagne anti-tabac, je suggérerais que le comité soit saisi dès que possible de cette question, monsieur le président.

Le président: Vous comprenez la difficulté que nous rencontrons. Je me suis engagé vis-à-vis de certaines personnes, notamment du docteur Fry. Je m'intéresse à la campagne anti-tabac, au rapport du vérificateur général et à plusieurs autres choses. Ce n'est pas là la question.

La question est pour nos premières réunions, nous devons essayer de tenir compte des désirs de chacun pour pouvoir être tous là. Il arrivera que trois ou quatre d'entre nous soient absents mais il est important que les premières réunions, dans toute la mesure du possible, nous soyons tous présents. C'est ce que j'essaie d'obtenir. C'est la raison pour laquelle j'essaie d'interrompre cette réunion parce que Hedy doit aller ailleurs. Je serais ravi de pouvoir continuer à parler de la campagne anti-tabac et d'autres choses mais je crois que pour les premières réunions il nous faut essayer de trouver des heures qui conviennent à tous afin que tout le monde puisse être présent, que le groupe puisse se souder et que nous fixions notre programme.

Je comprends que l'on soit impatient de commencer. Je voudrais également ce matin pouvoir parler de la campagne anti-tabac et de tas d'autres choses mais ne pouvons-nous pas attendre une semaine afin que nous puissions être tous là? C'est en fait la question.

[Text]

Mr. de Savoye: Can we meet again next Tuesday from 8 a.m. to 10 a.m.? Would that be agreeable to everyone?

The Chairman: Let's meet next Tuesday at 8 a.m. Whether we need to go to 10 a.m. is another issue.

Mr. de Savoye: I was going to say that I'm afraid we will enjoy up to 10 a.m.

The Chairman: No. This morning I allowed all of us, including myself, to babble on, but a lot of the things that got said this morning could have been said in half the time, especially by me.

Mr. Pagtakhan: I think they say merit to the suggestion. In other words, if we said we will adjourn at 10 a.m., then we can plan our time. If we finish in an hour, much the better for all of us. I think that is the intent.

The Chairman: We're going to meet next Tuesday at 8 a.m.

Ms Bridgman: On Sparks.

The Chairman: We might have another room.

The Clerk: I may be able to get a better room because it's so early.

The Chairman: No, not necessarily. You guys all get your jollies out of long meetings; I don't.

Mr. Pagtakhan: The point is that up to 10 a.m. does not mean that we will go to 10. If we have exhausted the agenda by 9 a.m. or 8:30, I don't think we will belabour the point. At the same time there will not be an indefinite extension beyond 10 a.m.

The Chairman: No, no. Ten o'clock will be the absolute limit.

Mr. Pagtakhan: Good. That's the point I'm trying to raise.

The Chairman: My concern is that work has a tendency to fill the available time and that we're going to do in two hours what we probably could have done in an hour.

Mr. Pagtakhan: I don't think so.

The Chairman: The meeting is adjourned.

[Translation]

M. de Savoye: Pourrions-nous nous retrouver mardi prochain de 8 heures à 10 heures? Cela irait-il à tout le monde?

Le président: Réunissons-nous mardi à 8 heures. Nous verrons s'il est nécessaire de poursuivre jusqu'à 10 heures.

M. de Savoye: J'allais dire que je crains que nous n'ayons pas trop de temps jusqu'à 10 heures.

Le président: Ce matin, j'ai permis à tous les membres, y compris à moi-même, de bavarder un peu longuement mais beaucoup de ce que l'on a dit aurait pu être dit en deux fois moins de temps, surtout ce que j'ai dit moi-même.

M. Pagtakhan: Cela montre le mérite de cette suggestion. Autrement dit, si nous disons que nous lèverons la séance à 10 heures, nous pouvons prévoir le reste de notre journée. Si nous en avons fini au bout d'une heure, tant mieux. C'est ce que l'on vise.

Le président: Nous nous réunirons mardi à 8 heures.

Mme Bridgman: Rue Sparks.

Le président: Nous aurons peut-être une autre salle.

La greffière: Peut-être pourrais-je trouver une meilleure salle parce que c'est très tôt.

Le président: Pas nécessairement. Vous semblez tous apprécier de longues réunions, pas moi.

M. Pagtakhan: Ce n'est pas parce que nous disons jusqu'à 10 heures que nous siégerons forcément si tard. Si nous en avons terminé à 9 heures ou même à 8h30, je ne pense que nous poursuivrons inutilement. Par contre, nous ne prolongerons pas indéfiniment après 10 heures.

Le président: Non, certainement. Dix heures sera la limite absolue.

M. Pagtakhan: Bien. C'est ce que j'essayais de faire préciser.

Le président: Mon problème est que l'on réussit règle générale assez bien à combler le temps dont on dispose et que nous ferons en deux heures ce que nous pourrions probablement faire en une heure.

M. Pagtakhan: Je ne le crois pas.

Le président: La séance est levée.

Tuesday, February 22, 1994

• 0813

The Chairman: The meeting will come to order.

Welcome, everybody.

Bienvenue à notre collègue Raymond Lavigne qui remplace aujourd'hui Bernard Patry.

Our quorum is six. Our time of beginning is 8 a.m. We made history this morning. This is the last time we're going to get started this late, we hope. I encourage people to come on time. I'm largely preaching to the converted as most of you are here on time. But I encourage you to come on time so we can finish before time.

Le mardi 22 février 1994

Le président: La séance est ouverte.

Je souhaite la bienvenue à tout le monde.

Welcome to our colleague Raymond Lavigne who substitutes for Bernard Patry.

Notre quorum est de six et la séance commence à 8 heures. Ce matin nous avons rompu avec la tradition mais j'espère que c'est la dernière fois que nous commençons si tard. Je vous encourage à arriver à l'heure. Il faut dire que je prêche à des convertis puisque la plupart d'entre vous sont ici à l'heure. Je vous encourage à arriver à l'heure pour pouvoir finir plus tôt.

[Texte]

We have an agenda. Are there any other items you want to add under number 4, other business? If you think of something, just let me know.

We'll go directly to the agenda. The Auditor General referred a couple of items to us. You have the documentation.

So the question is what we do with the two items referred from the Auditor General. You will have had a letter dated January 31 from the office of the Auditor General on a couple of items arising from his 1993 report.

• 0815

Since this report was referred, there has been a restructuring of the committees, so our mandate now is health as opposed to the larger mandate of the predecessor committee. If you have chapters 18 and 19 of the report with you, we're going to walk you through the items that are directly relevant to our mandate right now. I'm going to ask Nancy to identify these for us.

Ms Nancy Miller-Chenier (Committee Researcher): Because things such as pensions and the social programs now fall under human resources development, there's a large section of this that I assume is not relevant for this committee's work; for example, little things such as, in the first point, the expenditures that were \$30 billion. Now that the budget of the health department is, I believe, only \$8 billion in total, you can see that there will be a big difference in terms of how many dollars are relevant.

The first three points probably apply generally, but the ones that really apply are 18.7, the seniors strategy, and 18.8. When you get into the body of the report there are some very generic paragraphs that are worth reading, but 18.13 is —

Mr. Lavigne (Verdun—Saint-Paul): Excuse me. In which paragraph does it say that there were some millions of dollars for a pension and everything?

Ms Miller-Chenier: The first paragraph, 18.1, talks about total expenditures for seniors programs that formerly were administered by the Department of National Health and Welfare. Now that it's the Department of Health, they will be responsible for much less in terms of seniors. At this point I can't tell you exactly how much.

Ms Odette Madore (Committee Researcher): But if you look at table 18.2, there is a breakdown of expenditures at page . . .

The Chairman: Page 474.

Ms Miller-Chenier: Again, it's a very small amount. Now it's millions.

Ms Madore: Yes, it's \$30 million.

The Chairman: Nancy was in the process of walking us through the items that are directly related. She has identified, at the bottom of page 471, paragraphs 18.7 and 18.8. We're now on page 473, paragraph 18.13.

[Traduction]

Nous avons un ordre du jour à respecter. Y a-t-il d'autres sujets que vous voulez ajouter sous l'article 4? D'autres travaux? Dans ce cas, dites-le moi!

Passons directement à l'ordre du jour. Le vérificateur général nous a soumis deux questions. Vous avez la documentation.

Il faut savoir ce que nous allons faire avec les deux questions qui nous ont été soumises par le vérificateur général. Vous avez certainement reçu une lettre datée du 31 janvier en provenance du bureau du vérificateur général et qui porte sur deux questions soulevées dans son rapport de 1993.

Depuis que nous avons reçu ce rapport, notre Comité a été restructuré; notre mandat n'est pas aussi vaste que celui du Comité précédent. Il porte en effet exclusivement sur la santé. Si vous avez les chapitres 18 et 19 du rapport avec vous ce matin, nous allons vous signaler tout de suite les rubriques qui se rapportent directement à notre mandat. Je vais demander à Nancy de nous les signaler.

Mme Nancy Miller-Chenier (recherchiste auprès du Comité): Étant donné que la question des pensions et des programmes sociaux relèvent maintenant du perfectionnement des ressources humaines, il y a une grande partie de ce chapitre qui n'est plus du ressort du comité. Il y a notamment la question des dépenses de 30 milliards de dollars. Maintenant que le budget du ministère de la Santé n'est plus que de 8 milliards de dollars au total, cela représente donc une grande différence.

Les trois premiers paragraphes s'appliquent de façon générale, mais les paragraphes pertinents sont le paragraphe 18.7, la stratégie à l'égard des aînés et le paragraphe 18.8. Dans le corps du rapport il y a des paragraphes de nature très générale qui valent la peine d'être lus, mais le paragraphe 18.13 est . . .

M. Lavigne (Verdun—Saint-Paul): À quel paragraphe est-il question des millions de dollars pour les pensions?

Mme Miller-Chenier: Au premier paragraphe, 18.1, il est question des dépenses pour les programmes destinés aux aînés qui auparavant étaient administrés par le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social. Maintenant qu'il s'agit simplement du ministère de la Santé, les responsabilités envers les aînés qui incomberont au ministère seront moins importantes qu'auparavant. Je ne peux cependant vous dire ce que cela représente comme diminution dans les dépenses.

Mme Odette Madore (recherchiste auprès du Comité): Le tableau 18.2 vous donne cependant une répartition des dépenses à la page . . .

Le président: À la page 518.

Mme Miller-Chenier: Une fois de plus il s'agit d'un très petit montant, mais il est exprimé en millions.

Mme Madore: Oui, il s'agit de 30 millions de dollars.

Le président: Nancy était en train de nous parler des paragraphes pertinents pour le travail de notre Comité. Elle a relevé, en haut de la page 516 les paragraphes 18.7 et 18.8. Nous en sommes maintenant au paragraphe 18.13, page 517.

[Text]

Were you going to say something here?

Ms Miller-Chenier: Again, the first paragraphs are probably worth reading, but they don't apply specifically to the current programs.

Paragraph 18.14 has relevance because it refers to the statute, the Department of National Health and Welfare Act, which has not been changed yet although the restructuring has occurred in reality.

On that page, 18.19 is significant. The Department of Health still has significant responsibility for aboriginal people.

In paragraph 18.22, the general reference to lack of coordination would still refer to the programs that stay in the Department of Health. Paragraphs 18.24, 18.25, 18.26, 18.27, 18.28, 18.29, 18.30, 18.31, 18.32, and 18.41 generally, and several paragraphs in that section apply generally. Paragraph 18.44 gives a specific reference, again, to New Horizons and the Senior Independence Program, which are the specific programs.

• 0820

In terms of accountability, the references to the estimates would apply: paragraphs 18.46, 18.47, 18.48, and 18.49, not so much paragraph 18.50, I guess.

Mr. Lavigne: Do you mean that all these numbers are under our mandate?

Ms Miller-Chenier: Yes, they apply either specifically or in general.

Mr. Lavigne: Are all the other numbers going out or do we have to study them to see if they're in our mandate?

The Chairman: Raymond, the committee that preceded this committee had responsibility for health, plus senior citizens, plus a number of other issues. This committee is responsible only for health.

Mr. Lavigne: I understand.

The Chairman: As a result, I've asked the research officer to identify for us which parts of this report apply to this committee. That's what she's doing. We're asking you, in effect, to direct your attention to the items she is identifying and to leave the rest. It's not that they're not important. It's just that they're not related to our mandate in this committee.

Mr. Lavigne: Okay.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Excuse me, Mr. Chairman. Outside of income support, I believe this committee is responsible for seniors, just not old age pensions and—

The Chairman: No. I was generally just making the point that we have a narrower mandate than we had before.

Go ahead, then, Nancy.

[Translation]

Vous vouliez dire quelque chose à ce propos?

Mme Miller-Chenier: Les premiers paragraphes valent sans doute la peine d'être lus, mais ils ne s'appliquent pas précisément aux programmes actuels.

Le paragraphe 18.14 est pertinent puisqu'il fait allusion à la Loi sur le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social; cette loi n'a pas encore été modifiée même si la restructuration s'est produite en fait.

Sur cette page, le paragraphe 18.19 est important. Le ministère de la Santé exerce encore une responsabilité importante envers les premières nations.

Le paragraphe 18.22 qui traite du manque de coordination des programmes se rapporte encore aux programmes que conserve le ministère de la Santé. Les paragraphes 18.24, 18.25, 18.26, 18.27, 18.28, 18.29, 18.30, 18.31, 18.32 et 18.41 s'appliquent de façon générale de même que plusieurs paragraphes de cet article. Le paragraphe 18.44 fait allusion précisément au programme Nouveaux Horizons et au Programme d'autonomie des aînés.

En ce qui concerne la responsabilité financière, on fait allusion au budget des dépenses dans les paragraphes 18.46, 18.47, 18.48 et 18.49, mais pas tellement au paragraphe 18.50.

Mr. Lavigne: Vous voulez dire que tous ces paragraphes relèvent donc de notre mandat?

Mme Miller-Chenier: Oui, de façon précise ou générale.

Mr. Lavigne: Tous les autres paragraphes ne relèvent pas de notre mandat?

Le président: Raymond, le comité qui précédait le nôtre était responsable de la santé, des aînés et de différentes autres questions. Notre comité est responsable uniquement des questions de santé.

Mr. Lavigne: Je comprends.

Le président: C'est la raison pour laquelle j'ai demandé à notre chargé de recherche de relever à notre intention les paragraphes qui se rapportent directement au travail de notre comité. C'est ce qu'elle est en train de faire. Nous vous demandons en fait de vous concentrer sur les paragraphes relevés comme étant pertinents pour nous et de ne pas nous occuper du reste. Cela ne signifie pas que les autres paragraphes ne sont pas importants, mais tout simplement qu'ils ne rapportent pas au mandat de notre comité.

Mr. Lavigne: Très bien.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Une précision, monsieur le président, notre comité responsable du programme des aînés, mais pas de la question du soutien du revenu, des pensions de vieillesse, etc.

Le président: Effectivement. Je voulais simplement dire que le mandat de notre comité est moins large que celui du comité précédent.

Poursuivez, Nancy.

[Texte]

Ms Miller-Chenier: Pension programs have obviously moved over. Paragraphs 18.52, 18.53 and on through have moved over to Human Resources Development. That section is quite long.

The next place we pick up is on page 491, paragraph 18.98, the seniors strategy. The seniors strategy was renewed just last year. It ran initially for five years and then was renewed for another five years. So from section 18.98, 18.99, 18.100, 18.101, 18.102, 18.103, 18.104, 18.105—

The Chairman: I'm going to interrupt, Nancy, to make a point to the committee.

This exercise at this time is probably not terribly useful, because we're getting into so many paragraphs. It's becoming just an enumeration. What might be more useful—this is a suggestion that you might want to respond to—is to ask the research people to take the report and to capsulize in a page or so the concerns of the Auditor General insofar as our mandate is concerned. We could deal with those particular concerns at the next meeting and decide how we want to resolve them.

The alternative is to continue what we're doing right now. I suspect this will take a fair amount of time this morning that we might better spend elsewhere. If my suggestion is your wish, we'll do it that way and hold the item over until the next meeting, at which time we would have from the research staff a summary of the AG's concerns insofar as these issues are of concern. Is that your wish?

• 0825

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): Mr. Chairman, have we asked the research staff if in fact they have done that already for us today?

The Chairman: Implicitly I asked that, yes. Well, I assume that the fact she was going through the list means she heard and is answering my question that she had not done it.

All right, we're going to move to the briefing book. This is just a part of our orientation.

The Clerk of the Committee: In the briefing book in section 1 there have been a few changes adopted to the rules of the House. If you've read it carefully, you'll notice that they still talk about an envelope system, which doesn't exist any more. Also, you should be aware of the associate members, which is not mentioned in there. We have four associate members on our committee. Their main role is to substitute for other members when needed, but also to be members of a subcommittee if we create a subcommittee.

Also, Dr. Fry mentioned that in section 8 she'd like to be the first contact person instead of the minister; that if you have any issues you want to raise, do it with Dr. Fry initially.

Maybe Nancy has something to say about the sections they prepared.

[Traduction]

Mme Miller-Chenier: Les programmes de pensions ont été transférés au perfectionnement des ressources humaines, il s'agit des paragraphes 18.52, 18.53 et suivants. Il s'agit d'un article assez long.

Nous reprenons ensuite au paragraphe 18.98, page 539, la stratégie à l'égard des aînés. Ce programme a été renouvelé l'année passée. Au départ il s'agissait d'un programme de cinq ans qui a été renouvelé pour une autre période de cinq ans. Ainsi donc, à partir des paragraphes 18.98, 18.99, 18.100, 18.101, 18.102, 18.103, 18.104, 18.105...

Le président: Je vais vous interrompre Nancy. J'aimerais faire une remarque au comité.

Ce que nous faisons pour le moment, c'est-à-dire passer en revue tellement de paragraphes, n'est peut-être pas très utile puisqu'il s'agit simplement d'une énumération. Je vais maintenant vous faire une suggestion, et vous pourrez me dire ce que vous en pensez, à mon avis il serait plus utile de demander au personnel de recherche de faire un résumé d'une page environ des remarques du vérificateur général qui se rapportent à notre mandat. Nous pourrions nous pencher sur les paragraphes en question au cours de la prochaine séance et décider alors comment nous voulons nous attaquer au problème.

L'autre possibilité est de continuer ce que nous faisons maintenant. Il me semble cependant que cela prendra pas mal de temps que nous pourrions consacrer, de façon avantageuse, à autre chose. Si vous êtes d'accord avec ma suggestion, nous procéderons donc de cette façon, pour nous attaquer à la question à la prochaine séance. Nous aurons alors entre les mains un résumé des remarques du Vérificateur général pertinentes au travail de notre comité qui a été préparé par le personnel de recherche. Est-ce comme cela que vous voulez procéder?

• 0825

M. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Monsieur le président, a-t-on demandé au personnel de recherche s'il aurait déjà fait le travail pour aujourd'hui?

Le président: J'ai déjà posé la question de façon implicite et je suppose que si notre chercheuse a procédé comme elle l'a fait, c'est qu'elle n'avait pas préparé de listes pour nous.

Passons maintenant au cahier d'information. Cela fait partie de notre initiation.

La greffière du Comité: À l'article 1, on mentionne que le Règlement de la Chambre a été modifié quelque peu. Vous remarquerez qu'on parle toujours d'un système de secteurs qui n'existe plus. Vous devriez également être au courant du fait qu'il existe des membres associés dont on ne fait pas mention ici. Nous avons quatre membres associés au comité dont le rôle principal est de remplacer d'autres membres au besoin, mais aussi d'être membres d'un sous-comité que nous pourrions créer.

À l'article 8, Dre Fry demande d'être la première personne que l'on contactera à la place du ministre. Ainsi donc, si vous voulez soulever une question, faites-le auprès de Mme Fry.

Nancy a peut-être quelque chose à dire au sujet des articles qu'on a préparés.

[Text]

Mr. Szabo (Mississauga South): I understand the associates, and I'm sure there's a mechanism to have people become associates. What that is I'm not sure, but I see there are associates all over the place on committees.

The sheets that were circulated to members listing so many blank spaces, is that necessary any more?

The Clerk: It's not necessary. But it's still in the rules that we have to circulate that list of possible substitutes. Certainly you don't have to submit a list, because any substitute sheet I receive that's signed by the whip is acceptable to me. Previously we had to submit a list, and since it's still in the Standing Orders, we still do it.

Mr. Szabo: So you would like us to get a few names on that list.

The Clerk: Or don't even submit one at all. As long as I get a substitute sheet that's signed by the whip, that is fine with me.

Mr. Szabo: Okay. Then the whip is not expecting something from each member on a committee.

The Chairman: As the clerk has just said, it used to be required. As it's still in the rolls, Carmen was obliged to send you a letter. I filed mine in the round file beside the desk.

Mr. Szabo: We're following the rules.

The other item is with regard to contact with the minister. Are we talking with regard to committee issues and matters that are raised, or other matters?

Let me give you an example, Hedy, for your information. There is a group in my riding that provides a prenatal nutrition program. They wanted to know about when the minister—

[Translation]

M. Szabo (Mississauga-Sud): Je comprends qu'il y ait des membres associés et je suis sûr qu'il existe un mécanisme spécial pour leur nomination. Ce que je ne comprends pas, c'est pourquoi il y a tant de membres associés dans les différents comités.

On a distribué des formulaires avec des espaces vides. Ces formulaires sont-ils toujours nécessaires?

La greffière: Non. Cependant, on dit toujours dans le Règlement qu'il faut distribuer la liste des remplaçants possibles. Vous ne devez certainement pas soumettre une liste. En effet, j'accepte toute liste de remplaçants qui est signée par le whip. Auparavant il fallait soumettre une liste, cela fait toujours partie du Règlement et c'est la raison pour laquelle nous le faisons toujours.

M. Szabo: Vous aimeriez donc que l'on inscrive plusieurs noms sur cette liste?

La greffière: Ou n'en soumettez pas du tout. Pourvu que j'ai une feuille portant le nom des remplaçants, signée par le whip, ça me suffit.

M. Szabo: Très bien. Le whip ne s'attend donc pas à recevoir une liste de chaque membre du comité.

Le président: Comme la greffière vient de le dire, il était nécessaire de procéder de la sorte et puisque cela figure toujours dans le Règlement, Carmen a été obligée de vous envoyer une lettre. Personnellement je l'ai classée dans ma corbeille à papier.

M. Szabo: Il faut suivre le Règlement.

Je voulais également aborder la façon d'entrer en contact avec la ministre. Parle-t-on ici des questions qui relèvent du comité et des questions qui sont soulevées ou d'autres choses?

Je vais vous donner un exemple, Hedy, pour que vous compreniez mieux de quoi il s'agit. Dans ma circonscription, il y a un groupe qui offre un programme de nutrition prénatale. Ce groupe désirait savoir quand la ministre... .

• 0830

The Chairman: Address the chair, or at least speak loud enough for everybody to hear. I understand you have something going with her, but please speak up.

Mr. Szabo: That issue came directly from an organization within my riding. They wanted to find out from the minister whether there was anything they could do to make a presentation or to determine whether or not they would qualify for some assistance in their program. That's a constituent-driven issue that they wanted communicated to the minister. How would you handle that?

Ms Fry (Vancouver Centre): I think that's the kind of issue you want to take straight to the department and to the minister, because the person wants to find out where he stands. I would think it's a submission of some kind.

I'm just talking about dealing with issues on this committee.

Le président: Adressez-vous au président ou alors, parlez suffisamment fort pour que tout le monde puisse vous entendre. Je sais que vous avez une discussion avec elle, mais je vous en prie, parlez plus fort.

M. Szabo: Cette question a été directement soulevée par un organisme de ma circonscription. Celui-ci voulait demander à la ministre comment s'y prendre pour faire un exposé et pour savoir aussi s'il pouvait prétendre à une aide quelconque pour son programme. Il s'agit là d'une question qui intéresse les électeurs et cet organisme voulait que la ministre soit mise au courant. Comment procéderiez-vous?

Mme Fry (Vancouver-Centre): Je crois que c'est le genre de question qu'il vous faut présenter directement au ministère et à la ministre, puisqu'il s'agit de quelqu'un qui veut savoir à quoi s'en tenir. Je pense qu'il faudrait présenter un mémoire.

Je parle simplement de régler les questions qui intéressent le comité.

[Texte]

The Chairman: As far as that item under tab 8 is concerned, the minister is the minister. It seems to me what needs to be done here is to update the sheet to include the name of the parliamentary secretary. It should be understood that if Ms Fry is here, we're going to be talking to her as the first contact about many issues, about the minister's availability for committee and that kind of thing.

I just want to say a word also about the associate members. There are four of them: Madeleine Dalphond-Guiral from the Bloc, Audrey McLaughlin from the NDP, John Murphy from the Liberal Party, and I believe Grant Hill from the Reform Party.

My interpretation of the rules is that the associate members are for all intents and purposes members of the committee, except that they don't have the right to vote. To put it differently, we're best served as a committee if our associate members are informed, because there's going to come the day when they're sitting either on a subcommittee or as the regular members of the committee. It's in our interest to see that they're informed.

To that end, I have asked the clerk to ensure that they get notices of meetings, so that they can feel free to come to any of the meetings, keeping in mind that all meetings of the committee are available to all members of the House of Commons anyway. They're public events, but I think particularly the associate members ought to be advised of meetings, so that they can work them into their schedules if they so desire.

As associate members, as the clerk has said, they can be substituted in as members of the committee at any time. That makes them no different from any other member of the House, because as the clerk has also said, any member of the House can be substituted in as a member of the committee. The case in point this morning is our friend Raymond Lavigne, who is here as the substitute for Bernard Patry.

The second function of associate members is more to the point. They can become not associate members, nor substitutes, but full members. They can become members of subcommittees of this committee. We're going to be having subcommittees from time to time. We can draw on that list, those additional four people, to make up the membership of subcommittees. That's my interpretation. How am I doing so far?

The Clerk: Very well.

The Chairman: Before we move on, is there anything else in the briefing book you want to discuss?

Ms Bridgman (Surrey North): Are these people getting not only the notices but also all the hand-outs and everything?

The Chairman: Yes. I meant to say that, that the information would —

Ms Bridgman: Then we're in a position of just updating them as to what occurs at the meeting.

The Chairman: Yes, that's right.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): I have one question about the briefing book. Is it true that amateur sport is now being removed from our mandate? The department is still responsible for the fitness of Canadians; however, the funding for amateur sport has been removed to somewhere else.

[Traduction]

Le président: En ce qui concerne la rubrique 8, la ministre reste la ministre. Il me semble que ce qui s'impose, c'est de mettre la feuille à jour et d'inclure le nom de la secrétaire parlementaire. Il faut bien comprendre que si M^{me} Fry est présente, c'est à elle que nous nous adresserons en premier lieu pour de nombreuses questions, comme par exemple, la disponibilité de la ministre pour comparaître, etc.

Je voudrais également dire un mot ou deux au sujet des membres associés. Il y en a 4. Madeleine Dalphond-Guiral, du Bloc; Audrey McLaughlin, du NPD; John Murphy, du Parti libéral; et je crois, Grant Hill, du Parti réformiste.

Si j'interprète bien le Règlement, les membres associés sont, à toutes fins utiles, membres du comité, sauf qu'ils n'ont pas le droit de vote. Autrement dit, il est dans l'intérêt de notre comité que nos membres associés soient tenus informés, car un jour ou l'autre, ils siégeront à un sous-comité ou seront membres titulaires du comité. Il est donc dans notre intérêt de veiller à ce qu'ils soient bien informés.

À cette fin, j'ai demandé à la greffière de s'assurer qu'ils reçoivent bien les avis de réunions, afin qu'ils se sentent parfaitement libres d'assister à celles-ci, étant donné que toutes les réunions du comité sont de toute façon ouvertes à tous les députés. Ce sont des réunions publiques, je crois qu'il est particulièrement important que les membres associés soient informés, de manière à leur réservé une place dans leur emploi du temps, s'ils le désirent.

En tant que membres associés, comme la greffière l'a dit, ils peuvent être appelés à remplacer un membre du comité, comme c'est le cas ce matin où notre ami Raymond Lavigne remplace Bernard Patry.

La seconde fonction des membres associés nous intéresse encore plus directement. Ils peuvent être non seulement des membres associés et des remplaçants, et ils peuvent aussi devenir membres à part entière. Ils peuvent devenir membres de sous-comités de notre comité. De temps à autre, nous aurons en effet des sous-comités. Pour composer ceux-ci, nous pouvons faire appel aux membres de cette liste, à ces quatre personnes supplémentaires. Voilà mon interprétation. Est-ce que je m'en sors bien pour le moment?

La greffière: Très bien.

Le président: Avant de poursuivre, y a-t-il autre chose dans le cahier d'information dont vous voulez discuter?

Mme Bridgman (Surrey—Nord): En plus des avis, ces personnes reçoivent-elles également toute la documentation et le reste?

Le président: Oui. Ce que je voulais dire c'est que l'information serait . . .

Mme Bridgman: Donc, il reste tout simplement à les mettre au courant de ce qui se passe à la réunion.

Le président: Oui, c'est exact.

M. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Je voudrais poser une question au sujet du cahier d'information. Est-il vrai que le sport amateur ne relève plus maintenant de notre mandat? Le ministère est toujours responsable de la condition physique des Canadiens; pourtant, le financement du sport amateur a été confié à un autre organisme.

[Text]

Ms Miller-Chenier: That's right. I believe it's been removed to Canadian Heritage.

[Translation]

Mme Miller-Chenier: C'est exact. Je crois que c'est maintenant Héritage Canada qui s'en occupe.

• 0835

Mr. Martin: Canadian Heritage.

Ms Miller-Chenier: Canadian Heritage and the programs of fitness of state.

The Chairman: Is there anything further on the briefing book?

On that subject, if committee members would like to have anything else prepared—to help them with their orientation to this committee, for example—then this is the place to suggest it or request it, and we can ask the research people to have a look at your suggestion.

Dr. Martin reminds me that when you do the summary from the AG, you might want to encapsulate what is now the mandate of this committee.

Mr. Szabo: Mr. Chairman, I understood that all members of Parliament were to have copies of all of the statutes, but I, for one, don't. I gather that other members don't. Should we not have a copy of the Canada Health Act?

The Chairman: Did we send it?

Ms Miller-Chenier: No. We received a copy of the annual report of it, but not the actual statute.

The Chairman: How big is the statute?

Ms Miller-Chenier: It's big.

Mr. Szabo: But there is the question of whether or not the members really should have all of the statutes. I don't know whether or not that's . . .

Mr. Scott: All of them?

The Chairman: I thought you wouldn't want that.

Ms Miller-Chenier: There are quite a number of statutes, as you can see from the briefing book. They list most of them in section 5. It's obviously possible to . . .

Mr. Szabo: They should be available. It would seem that is the one document that really is our primary foundation.

The Chairman: The Canada Health Act?

Ms Miller-Chenier: Just that one?

The Chairman: Let's be careful about what we are dealing with now. Let me see that list, please.

Can anybody who has seen the Canada Health Act, which I have not, tell me basically, to the nearest mile, how long it is?

Ms Fry: I don't think it is particularly long, as acts go. It really deals with the federal government's role in health care, the five principles of medicare and how they're enacted. That is what the Canada Health Act is. It is very important for this committee's task.

M. Martin: Héritage Canada.

Mme Miller-Chenier: Héritage Canada et les programmes de condition physique du Secrétariat d'État.

Le président: Avez-vous d'autres questions au sujet du cahier d'information?

À ce propos, si les membres du comité désirent qu'on prépare d'autres documents à leur intention—afin de faciliter leur initiation au comité, par exemple—c'est le moment de le proposer ou de le demander. Nous pourrons alors inviter les chercheurs à examiner votre proposition.

M. Martin me rappelle que lorsque vous préparerez le sommaire concernant le vérificateur général, il serait peut-être bon que d'y inclure le mandat actuel de notre comité.

M. Szabo: Monsieur le président, j'avais cru comprendre que tous les députés devaient recevoir des copies de toutes les lois, mais je n'ai rien reçu et je crois que c'est également le cas d'autres députés. Ne devrions-nous pas avoir un exemplaire de la Loi canadienne sur la santé?

Le président: L'avons-nous envoyé?

Mme Miller-Chenier: Non. Nous avons reçu un exemplaire du rapport annuel, mais pas la loi proprement dite.

Le président: Est-ce un gros document?

Mme Miller-Chenier: Oui.

M. Szabo: Reste à savoir si les députés ont vraiment besoin d'avoir tous les textes de loi. Je ne sais pas si c'est . . .

M. Scott: Tous?

Le président: Je ne pensais que vous le voudriez, en effet.

Mme Miller-Chenier: Comme vous pouvez le voir dans le cahier d'information, il y a un grand nombre de lois. La plupart d'entre elles sont énumérées dans l'article 5. On peut bien sûr . . .

M. Szabo: On devrait pouvoir en disposer. Après tout, c'est vraiment le document essentiel sur lesquels sont fondés nos travaux.

Le président: La Loi canadienne sur la santé?

Mme Miller-Chenier: Celle-là seulement?

Le président: Allons-y doucement. Passez-moi cette liste, s'il vous plaît.

Si l'un d'entre vous a déjà eu la Loi canadienne sur la santé sous la main, ce qui n'est pas mon cas, pourrait-il me dire en gros, combien de pages elle représente?

Mme Fry: Je ne pense pas qu'elle soit particulièrement longue, du moins pour une loi. Ce dont elle traite essentiellement, c'est du rôle du gouvernement fédéral dans le domaine des soins de santé, des cinq principes de l'assurance-maladie et de la manière dont ils sont mis en vigueur. Voilà ce qu'est la Loi canadienne sur la santé. C'est un document extrêmement important pour le travail du comité.

[Texte]**[Traduction]**

Mr. Martin: If I could make a suggestion—

The Chairman: Can you simplify this, Dr. Martin?

Mr. Martin: —Patricia, from the department, has a very nice synopsis of the Canada Health Act that will tell you more than you want to know. It is very easy to get through. It is very simply put. I am sure she will be well able to provide that to those who do not have a copy.

The Chairman: I just want to flag for Mr. Szabo, who raised this issue, that we are talking not only about the health act but also about the Federal-Provincial Fiscal Arrangements Act, the Food and Drugs Act, the narcotics act, and so on. We are talking about a number of pieces of legislation. Keith's suggestion might be expanded to include these, to see if the department could give us a synopsis of each of the pieces of legislation. That is one thought.

Nobody is trying, Paul, to keep the information from you. We are trying to protect you, because you are going to get an awful lot of information if you make a request for all the legislation.

As one member of Parliament, what I am finding much more useful is that if I know where the information is, I can have somebody in the library retrieve it much more quickly than my own staff can. I can just tell them what I am looking for and they can fax it back to you or telephone the reference back to you in a matter of minutes.

Ms Fry: It is appropriate for us to have a synopsis of all those other acts, but I really think the Canada Health Act should be almost a reference manual here, because when you are dealing with the transfer of payments there are many clauses in it that affect transfers of payments to which people might want to refer. It is not a big act and it is not at all difficult to go through.

The Chairman: You realize that the transfer payments will not be in that act.

Ms Fry: No, certain things in government transfer payments to health are in that act.

The Chairman: What is your wish on this? You started it, Paul, so give us your opinion. The question is whether—

• 0840

Mr. Szabo: When I give a speech in the House, I want to wave a copy of the act. How's that?

The Chairman: You've been watching Dennis Mills too much.

Mr. Szabo: It's 14,000 pages.

Ms Fry: It's not 14,000 pages.

Mr. Szabo: I know. He has all the regs. He's just a wonderful member of Parliament.

The Chairman: I'm waiting for your direction.

Mr. Szabo: I'd like a synopsis of those other acts, but I certainly would like a copy of the Canada Health Act.

M. Martin: Si vous me permettez une suggestion...

Le président: Pourriez-vous simplifier un peu les choses, monsieur Martin?

M. Martin: ...Patricia, qui travaille pour le ministère, a un excellent sommaire de la Loi canadienne sur la santé qui contient tout ce que vous avez besoin de savoir, et plus. Il est très facile à lire. Il est présenté en termes très simples. Je suis certain qu'elle pourra en fournir un exemplaire à ceux d'entre vous qui n'en ont pas.

Le président: Je voudrais simplement signaler à M. Szabo, qui a soulevé la question, que nous parlons non seulement de la Loi sur la santé mais également de la Loi sur les arrangements fiscaux, fédéraux-provinciaux, de la Loi des aliments et drogues, de la Loi sur les stupéfiants, etc. Nous parlons donc de plusieurs textes législatifs. On pourrait étendre la suggestion de Keith à ces textes de loi et voir si le ministère pourrait nous fournir un sommaire de chacun d'entre eux. C'est une idée.

Paul, personne n'essaie de vous priver d'information. En fait, nous essayons de vous protéger, car vous allez être submergé de documents si vous demandez tous les textes de loi.

En tant que député, je trouve beaucoup plus utile, lorsque je sais où se trouve l'information que je cherche, de demander à un bibliothécaire de me la trouver; ils peuvent faire beaucoup plus vite que les membres de mon personnel. Tout ce que j'ai à faire, c'est de lui dire ce que je cherche et en l'espace de quelques minutes, j'obtiens la référence par photocopieur ou par téléphone.

Mme Fry: Il convient que nous ayons un sommaire de toutes ces autres lois, mais je pense vraiment que la Loi canadienne sur la santé devrait presque être notre manuel de référence, car lorsqu'on examine la question des transferts de paiement, cette loi contient de nombreux articles pertinents auxquels on pourrait vouloir se référer. Ce n'est pas un très gros document et il n'est pas du tout difficile à lire.

Le président: Vous savez, bien sûr, que les paiements de transfert ne figurent pas dans cette loi.

Mme Fry: Non, mais certains aspects des paiements de transfert fédéraux relatifs à la santé y figurent.

Le président: Que désirez-vous faire? C'est vous qui avez lancé la question, Paul, donnez-nous donc votre opinion. Il s'agit de savoir si...

Mr. Szabo: Lorsque je prononcerai un discours à la Chambre, je tiens à avoir un exemplaire de la loi sous la main. Cela vous va?

Le président: Vous avez passé trop de temps à observer Dennis Mills.

Mr. Szabo: C'est un document de 14 000 pages.

Mme Fry: Mais non!

Mr. Szabo: Je sais. Il a tous les règlements. C'est un merveilleux député.

Le président: J'attends vos recommandations.

Mr. Szabo: Je voudrais avoir un sommaire des autres lois, mais je tiens absolument à avoir un exemplaire de la Loi canadienne sur la santé.

[Text]

The Chairman: Do we agree to get a copy of the Canada Health Act and a synopsis of all the legislation for everybody?

Some hon. members: Agreed.

The Chairman: I'd like to turn now to the item of future direction of the committee. This is a subject that, depending on how we handle it, could take the rest of the day or it could take less time, depending on how we structure ourselves this morning. I'm going to suggest something to you only in the interest of doing this expeditiously, not to restrain or to cut anybody off.

I come from the assumption that everybody sitting around the table has an interest in the matter, or you're awfully foolish to be on the committee if you don't. I come from the assumption that each of us around the table has some inkling, some knowledge, of what issues we're going to be facing around the table from committee to committee. I come from the assumption that each of us will have a pet project or two, an issue that he or she would particularly like to have pursued in committee. I also come from the assumption that, given the time, any one of us could come up with a fairly exhaustive list of subjects that this committee ought to deal with. With all of the above assumptions in mind, let me make the following suggestion to you.

I'm going to suggest that to generate a list of possible subjects for the committee to deal with over the next few weeks and months we will go around the table and use what most of you will know as a brainstorming technique. We'll ask each person in turn—and the clerk and our researchers will make notes, obviously—to give us what is the issue he or she would like to have pursued in this committee, and we will go around the table as many times as it takes. We might wind up this morning with a list of twenty, thirty or forty subjects.

The effect of doing it in that manner is that we're basically prioritizing. All of you have thirty issues on your minds this morning. If you're asked to identify the one that you'd most like to see first, and then the second time we come around to identify your second most important issue, the effect of going around the table two or three times is that we will have effectively prioritized some of the more important issues that ought to come before this committee.

That's my suggestion, if it's not too clumsy, that we would just go around the table and ask people to identify issues. We don't need long speeches. If you mention an issue, chances are everybody around the table will know what you're talking about anyway. But before we go to the process, any comments?

Mr. Scott: It strikes me, Mr. Chairman, that one of the things I'd be interested in is finding out what the plans of the department are. For instance, in the red book we're committed to a national health forum. What role does this committee have relative to that exercise? In other words, before I answer the question as to what I think we should do, it's important for me to put it in context in terms of what the Department of Health plans to do so that we can interact with that activity to some extent. That's the only condition I would put on that exercise.

[Translation]

Le président: Est-il convenu de nous procurer un exemplaire de la Loi canadienne sur la santé et un sommaire de toutes les autres lois pour tout le monde?

Des voix: D'accord.

Le président: Je voudrais maintenant en venir à la question de l'orientation future des travaux du comité. C'est là un sujet qui, selon la manière dont nous traiterons, pourrait prendre le reste de la journée ou moins de temps, selon la manière dont nous allons nous organiser ce matin. Je vais vous proposer quelque chose dans le seul but de hâter les choses, et non de vous imposer des restrictions.

Je pars du principe que toutes les personnes présentes s'intéressent à la question; ce serait en effet totalement stupide de siéger à notre comité, s'il en était autrement. Je pas également du principe que nous avons tous une idée des questions auxquelles nous allons être confrontés d'un comité à l'autre. Je prends pour hypothèse que chacun d'entre nous a un ou deux projets qui lui tient à cœur, une question qu'il souhaiterait particulièrement voir examiner par le comité. Je prends enfin pour principe que, compte tenu du temps, n'importe lequel d'entre nous serait capable de présenter une liste assez exhaustive de sujets que notre comité devrait examiner. Compte tenu de toutes ces hypothèses, permettez-moi de vous faire la proposition suivante.

Pour établir une liste de sujets possibles à étudier par le comité au cours des semaines et mois à venir, je vous propose de nous livrer à une séance intensive de réflexion. Nous allons demander à chacun et chacune à tour de rôle... et la greffière et nos chercheuses prendront des notes, manifestement... de nous dire quelle est la question qu'il ou elle voudrait que ce comité étudie. Nous ferons autant de tours de table qu'il faudra. À la fin de la matinée, nous pourrions donc nous retrouver avec une liste de 20, 30, voir de 40 sujets.

L'avantage de cette méthode est qu'elle nous permet d'établir un ordre de priorité. Vous tous, ce matin, avez une trentaine de questions en tête. Si l'on vous demande d'indiquer celles que vous voudriez voir passer en premier, et qu'au second tour de table, vous indiquez qui vous paraît la seconde question en importance, au bout de deux ou trois tours de table, nous aurons, dans la pratique, établi un ordre de priorité de quelques-unes des questions les plus importantes que devrait étudier ce comité.

Si ce n'est pas trop difficile à faire, je vous propose donc de faire ces tours de table et de demander aux personnes présentes d'indiquer les questions qui les intéressent. Inutile de faire un long discours. Si vous mentionnez une question particulière, il est probable que toutes les autres personnes assises autour de cette table sauront de quoi vous parlez. Mais avant de nous y mettre, avez-vous des observations à faire?

M. Scott: Une des choses que j'aimerais connaître, monsieur le président, ce sont les plans du ministère. Par exemple, dans le Livre rouge, nous nous sommes engagés à créer un Colloque national sur la santé. Quel sera le rôle de ce comité par rapport à cela? En d'autres termes, avant de répondre à votre question, il me paraît important de tout replacer dans le contexte des plans du ministère de la Santé, de manière à ce qu'il y ait aussi une certaine interaction de notre part. C'est la seule condition que je voudrais imposer.

[Texte]

[Traduction]

Mr. Szabo: Well said.

Mr. Scott: Perhaps the minister or Hedy could brief us on that. I don't mean necessarily now.

• 0845

Ms Fry: I won't brief you now. But the minister does feel that we should bring from the Department of Health issues that she would like you to deal with. However, that is mostly reactive stuff. But it would probably be very appropriate for this committee to come up with some proactive issues that generated from the committee itself.

As for all of this coming from the department, I will bring that for you. I thought this was to get our issues here at this point in time.

Mr. Scott: My interest, though, is more regarding process. Is the Department of Health taking the initiative in the context of the national health forum? I know the ministers met last week. I happen to share a riding with the provincial minister, and he tells me what is going on. As a member of Parliament, particularly as a member of this committee, I would like to get that from my minister.

Ms Fry: The national health forum at the moment is being drawn up. It's still in its formative stage. The discussions are still at the level with the Prime Minister, his policy department, the minister, and the deputy minister. That's the group that is basically drawing up some details and some sort of mandate for the forum. I think we will definitely have input into that soon.

The other issue that will be coming here from the department specifically and urgently will have to do with tobacco and the Tobacco Sales to Young Persons Act. Issues such as plain packaging, which was in the Prime Minister's speech, are going to be directed to this committee. Bill C-7 at the moment is in second reading. Some of the issues of that should be brought here.

But there is a list that the Department of Health will bring to this committee.

Mr. Pagtakhan: I think Andy raised a very important point. The committee, in trying to help understand the direction the national forum will take, could indicate, as you have suggested, Mr. Chairman, areas of concern from our perspective, and those areas of concern could be taken into account by the department insofar as that national forum is being formed.

For example, if we raise the issue of prices of drugs, of euthanasia, the secret education campaign, as has been mentioned, the drug approval process, concern for funding, regulations to the Canada Health Act, specific concerns it brought to the attention of the department, this committee could draw from that what could be included in the thrust of that national forum. Then later on the department may wish to appear before the committee and say, yes, we have taken that into account, but no, we feel it is too detailed, etc.

I think the committee could play a very useful role by going with the concerns today. Hopefully that will constitute a component of that formation of the term of reference.

M. Szabo: Voilà qui est bien dit.

M. Scott: Peut-être la ministre ou Hedy pourraient-elles nous renseigner là-dessus. Pas nécessairement tout de suite, bien sûr.

Mme Fry: Je ne le ferai pas maintenant mais la ministre estime effectivement que le ministère de la Santé devrait vous soumettre des questions qu'elle aimerait que vous étudiez. Il s'agit cependant surtout d'un phénomène de réaction. Il serait probablement très opportun que le comité prenne lui-même l'initiative de choisir certaines questions à étudier.

Quant à tout ce que le ministère doit vous fournir, je vais m'en occuper. Je croyais qu'il s'agissait simplement, pour le moment, de faire connaître les questions qui nous intéressent.

M. Scott: Ce qui m'intéresse plus précisément, c'est la démarche. Est-ce le ministère de la Santé qui va prendre l'initiative dans le contexte du forum national sur la santé? Je sais que les ministres se sont réunis la semaine dernière. Il se trouve que je partage une circonscription avec le ministre provincial qui me tient au courant de ce qui se passe. En tant que député, et en particulier, en tant que membre du comité, je souhaiterais obtenir tout cela de ma ministre.

Mme Fry: On est en train de constituer le forum national sur la santé. Il est encore au stade de la formation. Les discussions se déroulent encore au niveau du premier ministre, de ses collaborateurs chargés d'élaborer la politique, du ministre, et du sous-ministre. C'est ce groupe qui est essentiellement en train de définir certains détails et de préparer un mandat pour le forum. Nous serons certainement bientôt appelés à y apporter notre contribution.

L'autre question—et elle est urgente, qui vous sera soumise par le ministère aura trait au tabac et à Loi sur les ventes du tabac aux jeunes. Des questions telles que l'emballage neutre des paquets de cigarettes dont a parlé le premier ministre dans son discours, seront certainement soumises à ce comité. Le projet de loi C-7 est étudié en deuxième lecture. Certains points soulevés par celui-ci devraient vous être présentés.

Mais il existe une liste que le ministère de la Santé fera parvenir au comité.

M. Pagtakhan: Je crois qu'Andy a soulevé une question très importante. Pour essayer de faciliter la compréhension de l'orientation future du forum national, notre comité pourrait indiquer, comme vous l'avez suggéré, monsieur le président, les domaines qui nous préoccupent, domaines dont le ministère tiendrait compte dans le cadre de ce forum national.

Par exemple, si nous soulevons la question du prix des médicaments, de l'euthanasie, de la campagne d'éducation secrète, comme on l'a mentionné, du processus d'autorisation des drogues, des problèmes de financement, des règlements accompagnant la Loi canadienne sur la santé, autant de préoccupations qui ont été portées à l'attention du ministère, dont notre comité pourrait en extraire les sujets à faire figurer dans le programme du forum national. Par la suite, le ministère pourrait vouloir comparaître devant le comité pour lui dire ce dont il a effectivement tenu compte et ce qu'il estime trop détaillé, etc.

Je crois que le comité pourrait jouer un rôle très utile en abordant aujourd'hui la question de ses diverses préoccupations. Cela permettra, espérons-le, de définir certains éléments de son mandat.

[Text]

Mr. Martin: I have not seen an agenda for this forum. Is there one in existence?

Ms Fry: That is what is being drawn up at the moment.

But I can tell you that it's not going to deal with issues such as euthanasia. The forum is going to deal with looking at reform of the existing health care system. That's a big mandate. It's not going to deal with specific issues like that. It's going to deal with management of the system; it's going to deal with the way the system should be going, how the system should be managed.

Mr. Martin: When will that come out?

Ms Fry: That will come out very soon.

Mr. Martin: Could we get a copy of that? It would be very helpful for the direction of this committee if we liaise with the department on what their thrust is, and then we could work our interests into that.

Ms Fry: I'll arrange for that.

Mr. Szabo: Mr. Chairman, I would like to get back to what Andy had proposed. I think it's presumptuous to think that individual members around here are fully briefed and aware of the emerging important issues that are going to have to be addressed by this committee or otherwise.

Certainly we'll have an opportunity to come forward with so-called pet or specific interest areas. But there are some trends and some moves afoot within the health care industry, and I'm referring to the provincial jurisdictions, which are starting to threaten, for instance, portability and accessibility, which are very critical.

• 0850

I don't know how, but I would like to ask this committee to help me educate myself on the state of the union. I can't say right now that as a member of this committee I know what the state of the health care union is and whether that education process is as important. I think it's as important as my saying to you that I have a serious concern about extended care for seniors because of the population movement. That's certainly something we could get into, I'm sure, and we could study it, but I'm not sure where it fits in the scheme of things. Although it may be a priority, it may not be as strong a priority as what we would discover if we were to be aware of what is happening.

I know from talking with certain colleagues that developments or initiatives in a certain province have been successful and productive, such as in New Brunswick. I talked to Andy about things to do, such as unauthorized health cards, etc. Again, that is provincial jurisdiction, but there is some impact federally.

Then, of course, there is the impact of the reduction of transfer payments and how the provinces have responded to that. We provide funding through transfer payments; we don't operate programs. But as a result of that funding level, something is happening out there.

[Translation]

M. Martin: Je n'ai pas vu d'ordre du jour pour ce forum. En existe-t-il un?

Mme Fry: Il est en cours de rédaction.

Je peux cependant vous dire qu'il ne portera pas sur des questions telles que l'euthanasie. Le forum va étudier la réforme du régime actuel de soins de santé. C'est un mandat considérable. Il ne va pas s'occuper de questions spécifiques de ce genre mais il va s'attaquer à la gestion du régime, à la manière dont il devrait fonctionner et être géré.

M. Martin: Quand ce document sera-t-il prêt?

Mme Fry: Très bientôt.

M. Martin: Pourrions-nous en obtenir une copie? Il serait très utile pour ce comité d'établir une liaison avec le ministère pour savoir quelles sont ses orientations, ce qui nous permettrait d'y intégrer les questions qui nous intéressent.

Mme Fry: Je vais m'en occuper.

M. Szabo: Monsieur le président, je voudrais revenir à ce qu'Andy a proposé. J'estime présomptueux de penser que les membres du comité sont parfaitement informés des nouvelles questions importantes dont ce comité, entre autres, devra s'occuper.

Nous aurons, certes, l'occasion de présenter les sujets et les problèmes qui nous tiennent à cœur. Mais on est témoin dans le secteur des soins de santé — je parle là des provinces — de tendances et d'initiatives très critiques qui commencent à menacer, par exemple la transférabilité et l'accessibilité.

Je ne sais pas comment m'y prendre, mais je voudrais demander au comité de me renseigner sur l'état de l'union. En tant que membre de ce comité, je ne saurais prétendre, pour le moment, connaître la situation dans le domaine des soins de santé et j'ignore si ce processus d'éducation est important. Je crois que c'est aussi important que de vous dire que je me préoccupe beaucoup des soins de longue durée à l'intention des personnes âgées à cause de l'évolution démographique. C'est, bien sûr, une question que nous pourrions étudier, mais je ne suis pas certain qu'elle ait sa place. Bien que ce soit peut-être une priorité, elle n'a peut-être pas un caractère d'urgence aussi élevé que nous le découvririons peut-être si nous étions au courant de ce qui se passe.

Des conversations avec certains de mes collègues m'ont appris que des initiatives provinciales, telles que celles du Nouveau-Brunswick, ont donné de très bons résultats. J'ai parlé à Andy de choses à faire, notamment de la question des cartes de santé non autorisées, etc. Cela relève des pouvoirs provinciaux bien sûr, mais il y a des répercussions au plan fédéral.

Il y a aussi, bien sûr, l'impact de la réduction des paiements de transfert et la réaction des provinces. Nous apportons une aide financière par le mécanisme des paiements de transfert; nous n'assurons pas le fonctionnement des programmes. Mais à cause du niveau de cette aide financière, un certain nombre de choses sont en train de se produire.

[Texte]

I come back to my main thrust, and that is the state of the union briefing on where we are, what the critical issues are, or problems that Canada is going to have to address. I am sure this will come up through the forum, but it would certainly be nice if this committee were aware of those from the health providers across the country.

I'm not sure if I've helped.

Ms Bridgman: Until we get oriented as to the state of the union, maybe we could ask where the items in section 4 of the briefing book came from, and maybe pick one aspect of this to give us a start until we get our own input into it.

Ms Fry: I just wanted to comment on some of the things the provinces are doing. We must be really clear on what our mandate in this committee is and what is provincial jurisdiction. Provision of services is provincial jurisdiction. If those services, or the way those services are delivered, contravenes the Canada Health Act in any way, I think that is something we should be concerned with. There is a document that tells you exactly what the state of provision of services is in each province. It's in a synopsis form. That might be of interest to you. I will make sure you get that.

That can tell you what's going on, but that really should only be for your information as opposed to making any statements about it or interfering with it. As long as it doesn't contravene the Canada Health Act provinces are free to decide how they deliver their services.

Mr. Pagtakhan: Mr. Chairman, back again to what Andy raised, I think the question that may be asked of us today is whether the committee would like to involve itself in areas where the national forum would be involving itself. If the answer is yes, then we can think of any topic that we would like to work on now and not wait until after the department—the government—has reported to us regarding the thrust of that national forum. If we would like to avoid duplication, it would seem to follow that we have to wait until after we have heard from the department about what the national forum is all about.

This morning we heard from the parliamentary secretary the major thrust, and that is excellent. Through you, Mr. Chairman, what is the feeling of the committee? If we say we will avoid duplication, it ought to follow that we ought to know first what we might duplicate.

The Chairman: I've been holding back until I had as many views as possible. After Mr. Martin speaks, I will have a comment.

[Traduction]

Je reviens à ce qui m'intéresse au premier chef: je voudrais qu'on m'informe de l'état de l'union, qu'on me dise où nous en sommes, quelles sont les questions ou les problèmes critiques auxquels le Canada va être confronté. Je suis certain que tout cela ressortira des travaux du forum, mais il serait certainement très utile que le comité soit au courant des préoccupations des prestataires de soins de santé dans tout le pays.

Je ne suis pas certain d'avoir apporté quelque chose d'utile.

Mme Bridgman: En attendant d'être informés de l'état de l'union, nous pourrions peut-être demander d'où proviennent les rubriques qui figurent à l'article 4 du cahier d'information et en choisir une peut-être comme point de départ en attendant d'y apporter notre propre contribution.

Mme Fry: Je voulais simplement dire quelques mots de ce que font les provinces. Il est indispensable que nous sachions exactement ce qu'est le mandat de ce comité et quel est le champ de compétence provincial. La prestation de services relève des provinces. Si ces services, ou la manière dont ces services sont dispensés, enfreignent, en quoi que ce soit, la Loi canadienne sur la santé, j'estime que c'est une question dont nous devrions nous occuper. Il existe un document qui explique exactement quels services sont fournis dans chaque province. C'est un résumé. Il pourrait peut-être vous intéresser. Je vais faire le nécessaire pour qu'on vous l'envoie.

Ce document vous apprendra ce qui se passe, mais à titre d'information seulement. Il n'est pas question que vous fassiez des déclarations sur ce sujet ou que vous interveniez. Tant qu'il n'y a pas infraction à la Loi canadienne sur la santé, les provinces sont libres de décider de la manière dont elles fournissent leurs services.

M. Pagtakhan: Monsieur le président, revenons encore une fois à la question soulevée par Andy. Je crois que la question que l'on pourrait nous poser aujourd'hui celle de savoir si le comité souhaite intervenir dans les mêmes domaines que le Colloque national lui-même. Si la réponse est oui, nous pouvons décider de nous attaquer à n'importe quelle question sans attendre que le ministère—le gouvernement—nous rende compte de l'orientation de ce Colloque national. Par contre, si nous voulons éviter le double emploi, nous ferions bien d'attendre que le ministère nous explique ce qu'est le mandat de ce Colloque.

Ce matin, la secrétaire parlementaire nous a fait part de l'idée maîtresse, et c'est excellent. Par votre intermédiaire, monsieur le président, j'aimerais savoir ce qu'en pense le comité? Si nous décidons d'éviter le double emploi, il faut tout d'abord que nous sachions ce que ce double emploi pourrait être.

Le président: J'ai préféré entendre autant de points de vue que possible avant d'intervenir. Après que M. Martin aura parlé, j'aurai une remarque à faire.

• 0855

Mr. Martin: To summarize what we have here, again I would submit that we can't make a decision on the national forum until we know what the content is. The other thing Margaret suggested is that if we all have one thing on what we believe is the number one problem, at least we have an initial thrust on which to work. I'd submit we go ahead and decide what would be the initial problem, what we deem is the largest problem, and also get ideas on what a national forum is, and then we can decide what to do once we know what those are.

M. Martin: Donc, pour résumer, je suis d'avis que nous ne pouvons prendre de décisions à propos du forum national avant d'en connaître la teneur. Aussi, comme Margaret l'a dit, si nous convenons du problème majeur nous aurons au moins un point de départ pour nos travaux. Je propose que nous commençons par cerner ce qui nous semble être le problème le plus sérieux, que nous recueillons aussi certaines idées quant à la nature d'un forum national, et nous pourrons par la suite décider de ce que nous voulons faire.

[Text]

The Chairman: May I take a minute to comment on what's happened since Andy made his intervention, and tie it in with what was my initial suggestion. I guess I was remiss in not setting the stage on one important particular. Let me do it now.

I see a large part of the role of this committee to be in the area of initiating, and not simply being reactive to other people's agendas. We are not a committee of the Department of Health. We are not a subcommittee of the National Forum on Health.

I didn't dismiss either of those agencies. Both are very important. Obviously what the Department of Health does is going to be of considerable interest to this committee and of considerable impact for this committee. What happens with the National Forum on Health is going to be of crucial interest to this committee. That's not the point.

The point is this. Do we have a role other than as some kind of appendix to other agencies? We are an appendix of the House of Commons, no question. We have a mandate from the House of Commons, first of all, to examine items referred by the House. Part of that mandate also is to initiate our own investigations.

I have to tell you that as one member of the committee I have no interest at all in being a rubber stamp either for the health department or the national forum. That we will wind up either being a rubber stamp or, to be more constructive, reacting to issues that flow from those agencies is par for the course. We'd be blind, deaf, and dumb not to recognize that's the reality, that we're all agencies dealing with like issues. But I would hope that as a committee we would seize the opportunity to examine some issues that brought us to this committee.

I'm not here because I want to be on a committee; I'm here because I have an interest in health matters. Paul's comment just now that it would be presumptuous to expect members to have issues was not a fair statement, because in the next statement he gave us an issue. In the next statement he demonstrated that he himself has an issue. I suspect that everybody—

Mr. Szabo: Mr. Chairman, I think you misquote. We'll check the transcript. I think it was presumptuous to say that we knew everything about what was happening.

The Chairman: I stand corrected. In that context, no, we don't know everything. That's why we're here, but I was hoping all of us would have enough areas of concern that if we put them on the table we could prioritize them. We could say let's deal with this issue first and this one second. That's what I had in mind, just getting a list of issues from the committee. What I've done is what I suspect few chairmen have done in past years, which is to give the committee an opportunity to list its

[Translation]

Le président: Puis-je faire un bref commentaire sur ce qui s'est passé depuis l'intervention d'Andy, afin d'enchaîner avec ma suggestion initiale. J'ai eu tort de ne pas préparer le terrain en vous parlant d'un élément important. Je m'empresse de rectifier cette omission.

Selon moi, une partie importante du rôle de ce Comité sera de lancer des idées et de ne pas se contenter simplement de réagir aux programmes mis de l'avant par d'autres. Nous ne sommes pas un Comité du ministère de la Santé, ni un sous-comité du Colloque national sur la santé.

Je ne désire écarter ni l'une ni l'autre de ces deux organisations qui sont toutes deux très importantes. Ce que fera le ministère de la Santé sera bien sûr d'un intérêt considérable pour notre comité et se répercute fortement sur nos travaux. L'avenir et les activités du Colloque national sur la santé seront d'un intérêt crucial pour notre comité. Ce n'est pas ce que je voulais dire.

Voici où je veux en venir: Avons-nous un rôle à jouer qui ne soit pas celui d'un appendice, en quelque sorte, à d'autres instances? Nous sommes un appendice de la Chambre des communes, cela ne fait aucun doute. Nous détenons un mandat de la Chambre des communes et nous devons d'abord et avant tout examiner les questions qui nous sont renvoyées par la Chambre. Nous devons aussi, dans le cadre de ce mandat, mener nos propres enquêtes.

Je tiens à vous dire, en tant que membre de ce comité, que je n'ai pas le moindre intérêt à approuver sans discussion les décisions qui seraient prises par le ministère de la Santé ou le Colloque national. Ce serait typique qu'il en soit ainsi, ou, pour parler d'une façon plus constructive, il ne serait pas surprenant que nous finissions par réagir aux questions soulevées par ces autres instances. Il faudrait être aveugle et sourd pour ne pas reconnaître que c'est la réalité, et que nous traitons tous de questions semblables. Mais j'espère qu'en tant que comité nous saurons saisir l'occasion d'examiner certaines des questions qui nous ont motivés à devenir membres du comité.

Je ne suis pas ici parce que je désire être membre d'un comité, mais bien parce que je m'intéresse aux questions de santé. Je pense que Paul a eu tort de dire qu'il serait présomptueux de s'attendre à ce que les députés aient des problèmes à soumettre à l'examen du comité en la matière, car c'est précisément ce qu'il a fait dans sa déclaration suivante. Sa déclaration suivante a montré clairement qu'il s'intéresse lui-même à un problème particulier dans ce domaine. J'imagine que c'est le cas de tout le monde.

M. Szabo: Monsieur le président, je pense que vous me citez incorrectement. Nous pourrons vérifier dans le procès-verbal. Ce que j'ai dit, il me semble, c'est qu'il serait présomptueux de prétendre que nous savons tout sur tout.

Le président: Je reconnais mon erreur. Vous avez raison, nous ne savons pas tout. C'est ce qui explique notre présence ici, mais j'espérais que nous aurions suffisamment de sujets de préoccupation à soumettre au groupe pour pouvoir dresser la liste de priorités. Ainsi, nous aurions pu dire: Traitons de ce sujet d'abord, et ensuite de celui-là. Voilà ce que j'avais à l'esprit; j'avais pensé obtenir du comité une liste des sujets à traiter. Je soupçonne qu'au fil des ans peu de présidents ont fait

[Texte]

own agenda rather than saying, folks, we're up against another deadline and we have to get a bill out of the committee within two hours, or we have to do something else the department has asked us to do.

I think we should start off by asking ourselves what we would like to do. Then as we find out where the national forum is going, we can dovetail into its agenda. As we get requests from the Minister of Health we can deal with them, and so on. I was hoping that as a committee we might take an overview of what it is we would like to do as a committee. That was my suggestion.

[Traduction]

ce que je viens de faire, qui est de donner au comité l'occasion de préparer son ordre du jour au lieu de lui dire: Collègues, nous approchons dangereusement d'une date limite et le comité dispose de deux heures pour examiner ce projet de loi, ou, encore: nous devons faire telle ou telle chose que le ministère nous a demandé de faire.

Mr. Szabo: Carry on.

The Chairman: Do you want to proceed that way? What I'm going to suggest we do, starting with Pauline, is go right around the table. I'm going to ask for one issue, with only as much explanation as is required to identify the issue, just a sentence or so. Then when we get to the next person, in the interest of time I don't want piggy-backing. If the person before you has already mentioned an issue, there's no need for you to mention the issue. Just come on to what is your issue, given that some of the issues are already on the table by the time we get to you.

• 0900

Is that a fair way to proceed to get the issues on the table?

Mme Picard (Drummond): Je n'ai pas tellement bien compris ce que vous attendiez de nous.

Le président: Avez-vous un sujet auquel vous attachez le plus d'importance et que vous voudriez voir discuté au Comité?

Mme Picard: Je crois qu'il est très important de discuter des nouvelles technologies de reproduction. Le fameux rapport Baird, lequel a coûté 28 millions de dollars et qui a été publié après quatre ans de délibérations nous fait au-delà de 300 propositions. Je pense qu'il est important qu'on puisse se donner des règles claires pour pouvoir être capables d'encadrer des gens et que les Canadiens et les Canadiennes sachent où l'on s'en va avec cela.

Lorsqu'on commence à parler de clonage, il faut que les gens soient informés et qu'on puisse se donner des règles claires. La profondeur du problème est assez grande et cela touche les gens surtout aux niveaux juridique et social. Cela touche même les droits et libertés des personnes. C'est un sujet dont je ferais une priorité.

Le président: Merci beaucoup.

Ms Bridgman: I think we should be looking at downsizing or phasing out mental health institutions and integrating them into the community.

Mr. Martin: I would like to see the amendment to the Canada Health Act to allow the provinces to get their financial houses in order.

Santé

[Traduction]

Je pense que nous devrions d'abord nous demander ce que nous aimerions faire. Puis, quand nous en saurons plus long sur les objectifs du Colloque national, nous pourrons tenir compte de son programme dans l'élaboration d'un autre. Nous pourrons aussi traiter les demandes du ministre de la santé au fur et à mesure que nous les recevrons. J'espérais qu'en temps que comité nous puissions faire le point sur ce que nous aimerions accomplir. Voilà ce que je voulais vous proposer.

M. Szabo: Continuez.

Le président: Voulez-vous que nous procédions ainsi? Voici ce que je vous propose: Nous allons faire un tour de table, en commençant avec Pauline. Je vous demande de proposer un sujet en l'expliquant très brièvement, en une phrase ou deux, juste ce qu'il faut pour nous en communiquer la teneur. Puis, afin de ne pas perdre de temps, je demanderais à la personne suivante de ne pas répéter les sujets qui auront été soulevés par d'autres. Expliquez simplement la question qui vous intéresse, vu que certains sujets auront déjà été soulevés avant qu'on ne vous donne la parole.

Pensez-vous que c'est une bonne façon de procéder pour que nous puissions identifier les sujets qui nous intéressent?

Mrs. Picard (Drummond): I'm not quite sure I understand what you expect from us.

The Chairman: Is there an issue of particular importance to you that you would like the committee to discuss?

Mrs. Picard: I think it is very important that new reproductive technologies be discussed. There were more than 300 recommendations in the famous Baird report, which cost \$28 million and was published after four years of deliberation. I think it is important that we come up with clear rules so that people can be given guidelines and so that Canadian men and women know where we are headed in this area.

At a time when people are beginning to talk about cloning, citizens have to be well informed and rules have to be clear. This is a very complex problem, one which will have a legal and social impact on people. I would even say it affects human rights and freedoms. I would make that issue a priority.

The Chairman: Thank you very much.

Mme Bridgman: Je pense que nous devrions envisager la possibilité de réduire la taille des établissements psychiatriques ou de les éliminer progressivement, en veillant à la réinsertion sociale des patients qui s'y trouvent.

M. Martin: J'aimerais qu'on amende la loi canadienne sur la santé pour permettre aux provinces de mettre de l'ordre dans leurs finances.

[Text]

Ms Fry: By the year 2021 we will have 6.6 million seniors. I would like to see us start to plan now on how we're going to take care of those seniors.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): One of my important issues is the seniors. I've met with a lot of them this past weekend. Since Hedy brought that program up, euthanasia was discussed a lot back in the riding this week. What is our stand going to be on euthanasia?

[Translation]

Mme Fry: D'ici l'an 2021, notre pays comptera 6,6 millions de personnes âgées. J'aimerais que nous commençons maintenant à élaborer des plans qui nous permettront de nous occuper d'eux.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): Le sujet des personnes âgées me tient à cœur tout particulièrement. J'en ai rencontré plusieurs pendant la fin de semaine. Depuis que Hedy a parlé de ce programme, on a beaucoup parlé d'euthanasie dans la circonscription cette semaine. Quelle position allons-nous adoptée en ce qui a trait à l'euthanasie?

M. Szabo: Le sujet qui m'intéresse est la transferabilité.

Mr. Szabo: My concern would be portability.

Mr. Pagtakhan: As we listen to the many specific topics, so far all exciting to me, I would suggest that we look at the very basics so we can have a common understanding of what health is all about—in other words, right from the very definition—and then ascertain what are the determinants of health. Then we should look at health care delivery systems, how effective they are, define what is appropriate health care, what it means, look at the management systems in the different provinces, knowing that it is a provincial jurisdiction.

When we know this, I will be best informed to look at future directions in management and preparing for the seniors program, reproductive technology, and the amendment to the Canada Health Act. Unless we have that basic understanding, I feel we will be debating the issues with some difficulty.

My first proposal is to have an orientation, if we can call it that, on the definition of health, the determinants of health, the delivery systems—anything about the health care system, which I think we know is the number one issue.

• 0905

Mr. Scott: Health funding, as outlined in section 4. There are about four pages.

M. Scott: Le financement des soins de santé, dont on donne les grandes lignes dans la partie 4. Il y a environ quatre pages qui portent là-dessus.

Mr. Lavigne: Have I got a half hour to explain?

Ce n'est pas moi qui est membre du Comité, c'est Bernard. Je pense qu'on accorde beaucoup d'attention au troisième âge et pas assez à notre jeunesse.

J'ai eu l'occasion d'adopter une jeune fille de deux ans. Elle a maintenant cinq ans. On regarde la santé mentale de la jeunesse. On envoie 99,9 p. 100 des jeunes dans des maisons d'accueil alors qu'on devrait plutôt modifier la loi et limiter les pouvoirs des mères de famille.

Dans le cas qui me concerne, que j'ai vécu, la mère était une droguée et le père était inconnu. J'ai constaté qu'on s'efforçait à envoyer les jeunes dans des maisons d'accueil au lieu de donner un an à la mère pour se réhabiliter. Si dans un an elle n'est pas réhabilitée, l'enfant peut être adopté. Donc, plus de jeunes, dans les premières années de leur vie, auraient une optique différente.

Quand nous possèderons toutes ces données, nous pourrons, en connaissance de cause, examiner les orientations futures éventuelles à donner à la gestion des soins de santé et à la préparation d'un programme destiné aux personnes âgées, ainsi que ce que nous devrions faire en ce qui a trait aux technologies de reproduction et à la modification de la Loi canadienne sur la santé. À moins de maîtriser ses éléments de base, je pense que nous aurons du mal à débattre ces questions.

Je propose que nous commençons donc, par définir la santé et ses facteurs déterminants, ainsi que la fourniture des soins médicaux—tout ce qui touche au système de soins de santé, qui nous le savons tous, est la question prioritaire.

I am not a member of this committee, Bernard is. I think we pay a great deal of attention to seniors and not enough to our young people.

I adopted a child, a girl of two. She is now five years old. We are concerned about young people's mental health. Ninety-nine percent of children are placed in foster homes when we should, instead, amend the act to curtail the rights of mothers.

In my particular case, and I am speaking from personal experience, the mother was a drug addict and the father was unknown. I noticed that they would rather put the child in a foster home rather than allow the mother a period of one year for rehabilitation. If she has not been rehabilitated within a year, the child could be put up for adoption. In this way, more children could be given a different perspective in their early years.

[Texte]

Un enfant, c'est quelqu'un qui considère son père et sa mère comme des idoles. Donc, s'il n'a pas de père ni de mère, il n'aura jamais d'idole et sera donc atteint psychologiquement. Toute sa vie durant, il rejetttera la société. On devrait, du point de vue justice et santé, adopter une loi qui permettrait à nos jeunes d'avoir chacun un père et une mère et ainsi mener une vie normale.

C'est un sujet très important et qu'on n'aborde jamais. On laisse ce sujet des jeunes sur la tablette. Pourtant, on donne tous les pouvoirs, tous les droits à certaines personnes et pendant la majorité de sa vie, l'enfant doit se promener d'un foyer à un autre.

J'ai personnellement vécu cette expérience et je trouve que notre jeunesse est laissée pour compte.

Deuxièmement, bien que l'éducation soit de compétence provinciale, nous pourrions quand même avoir un certain mot à dire en ce qui a trait à la santé de notre jeunesse. Dans les écoles d'aujourd'hui, les enfants qui portent la casquette d'un côté, ceux qui la portent de l'autre, ceux qui la portent en arrière et ceux qui portent une paire de jeans déchirés aux genoux forment tous des gangs différents.

On paie de nombreux organismes pour combattre le décrochage, la drogue, la boisson, enfin, tout ce que vous voudrez. Pourquoi ne payerions-nous pas pour un costume, comme cela se fait dans les écoles privées, de la première à la cinquième année? Pourquoi ne donnerions-nous pas à notre jeunesse, de la première à la cinquième année, la chance d'obtenir une éducation de qualité plutôt que de la laisser s'enivrer dans des gangs?

Voilà ce que j'avais à dire sur le plan de la jeunesse.

Le président: Merci beaucoup.

That's the first round. If you have other issues, because I understand you were restricted by the parameters I spelled out to identifying an issue, I'm going to go around again, but I'm going to ask you to be more brief. Just identify the issue; don't take time to spell it out. We have to presume that if you identify an issue, your colleagues around the table would at least know what issue you're talking about. They mightn't have as much detail about it as you do, but they'll at least know the issue you're talking about.

So perhaps you want to go around again and give us

un deuxième sujet important pour vous.

After the one that you've already mentioned, if there's another issue that you would want to mention, provided there is no piggybacking, provided that it hasn't been mentioned before—if somebody has already mentioned it we've note of it anyway—do you have another issue that you'd like the committee to seize itself with?

Mme Picard: La santé physique et mentale des femmes.

[Traduction]

A child idolizes his mother and father. Thus, if he does not have parents, he will never have an idol to look up to and will suffer adverse psychological consequences. He will reject society during his whole life. In order to promote both equity and health, we should pass a law that would allow our children to each have a father and a mother and lead a normal life.

That is a very important issue that is never broached. The situation of these children is an issue that is always left on the back burner. And yet, certain people have all kinds of rights and powers while these children spend most of their lives moving from foster home to foster home.

This is a topic I have firsthand knowledge of, and I think our children are not given sufficient consideration.

Secondly, although education is a matter of provincial jurisdiction, we might nevertheless have a word to say about the health of our children. In today's schools, children who wear their caps to the left, those who wear them to the right, those who wear them backwards and those who wear jeans with torn knees all belong to their own gangs.

We fund all kinds of organizations to keep kids from dropping out, to fight drugs, alcohol, any number of things. Why should we not pay for uniforms, like the ones students wear in private schools, from the first to the fifth grade? Why do we not give our children the opportunity of getting a quality education from the first to the fifth grade, rather than letting them become intoxicated by gangs?

That is what I wanted to say about young people.

The Chairman: Thank you very much.

Cela met fin à notre premier tour de table. Nous allons en faire un deuxième au cas où vous auriez d'autres sujets à proposer, car je comprends que vous étiez limité dans vos remarques par les conditions que j'avais imposées quant à l'exposé du sujet, mais je vous demanderais cette fois d'être plus bref. Limitez-vous à la simple identification du sujet; ne prenez pas le temps de l'expliquer. Il faut supposer que si vous mentionnez un sujet, vos collègues autour de la table sauront au moins de quoi il s'agit. Peut-être ne le maîtrisent-ils pas comme vous vous, mais ils sauront au moins le reconnaître.

Alors, peut-être pourrait-on faire un autre tour de table pour que vous puissiez nous donner

a second issue that is important to you.

Outre le premier sujet que vous avez mentionné, y en a-t-il un autre que vous aimeriez soumettre à l'attention du comité, exclusion faite des sujets qui ont déjà été proposés; de toute façon, si quelqu'un l'a déjà proposé, nous en avons déjà pris note. Y a-t-il un autre sujet que vous aimeriez soumettre au comité?

Mrs. Picard: Women's physical and mental health.

• 0910

Ms Bridgman: I would probably add the use of drugs and doctor-assisted suicide to Rose-Marie's suggestion.

Mme Bridgman: J'ajouterais vraisemblablement la toxicomanie et les suicides sous surveillance médicale à la suggestion de Rose-Marie.

[Text]

Mr. Martin: A definition for essential health care services in this country.

Ms Fry: AIDS.

Mrs. Ur: School programs for breakfast for children. I don't know whether that would fall under our mandate or not.

Mr. Szabo: DOH management review.

Mr. Pagtakhan: Drug approval process.

Mr. Scott: Aboriginal health care.

M. Lavigne: Madame Ur l'a mentionné: les déjeuners aux enfants, aux jeunes à l'école. C'est important.

The Chairman: I missed my turn the first time around. I meant to mention HIV-AIDS, but Hedy has now mentioned it. I would want to go to de-institutionalization or the community-based health services.

Okay, that's two rounds. We can go around again, or is there anybody else who wants to mention an item that's been missed? Let's go around one more time, just to see. You can pass if you want to. Pauline, another?

Mme Picard: Je passe, car on a déjà mentionné ma troisième priorité.

The Chairman: Okay, Margaret.

Ms Bridgman: I am passing too, Roger.

Mr. Martin: I'm not sure whether this falls within our mandate, but it dovetails with the provincial mandate: early childhood education in health.

The Chairman: Hedy.

Ms Fry: My mind just went blank, Roger. Pass. It will come back to me in a minute.

Mrs. Ur: I don't know whether this is in our mandate either: the number of health cards issued in Ontario compared to the population. It's terrible.

Mr. Szabo: Tobacco education.

Mr. Pagtakhan: Primary health care.

Mr. Scott: To broaden euthanasia and reproductive technologies. I don't know what it's called. Is it bioethics?

Ms Fry: Bioethics, medical ethics.

Mr. Scott: But not professional ethics as much as high technology ethics, dealing with the new realities.

M. Lavigne: Plus d'activités pour les personnes âgées pour les garder en forme.

Ms Fry: Prevention and health promotion issues.

[Translation]

M. Martin: J'aimerais qu'on définisse ce qu'on entend par soins de santé essentiels dans notre pays.

Mme Fry: Le SIDA.

Mme Ur: Les programmes qui permettent d'offrir le petit déjeuner aux écoliers. Je ne sais pas si cela relève de notre mandat.

M. Szabo: Un examen de l'administration du ministère de la santé.

M. Pagtakhan: La procédure selon laquelle les médicaments sont approuvés.

M. Scott: Les soins de santé prodigués aux autochtones.

M. Lavigne: Mrs. Ur has already mentioned my topic: breakfast programs for school children. That is important.

Le président: Je n'ai pas eu de tour lors de la première ronde. Je voulais mentionner le SIDA et le VIH, mais Hedy a déjà proposé ce sujet. Je proposerai, alors, l'élimination des gros établissements de soins de santé où, en d'autres termes, les services communautaires de santé.

Bien, nous avons fait deux tours de table. Nous pouvons en faire un troisième, ou y a-t-il quelqu'un qui veut proposer quelque chose que nous avons oublié? Faisons un troisième tour de table, simplement pour voir. Vous pouvez passer votre tour si vous voulez. Pauline, avez-vous autre chose à proposer?

Mrs. Picard: I'll pass, because my third priority has already been mentioned.

Le président: Bien. Margaret.

Mme Bridgman: Je vais aussi passer mon tour, Roger.

M. Martin: Je ne sais pas si ce sujet relève de notre mandat, mais il est lié au mandat provincial; l'éducation, en matière de santé, des très jeunes enfants.

Le président: Hedy.

Mme Fry: J'ai un trou de mémoire, Roger, je passe... ça me reviendra dans une minute.

Mme Ur: Je me demande aussi si ce que je vais proposer relève de notre mandat: le nombre de cartes-santé qui sont émises en Ontario par rapport au nombre d'habitants. Il y a un écart terrible.

M. Szabo: L'éducation en matière de tabagisme.

M. Pagtakhan: Les soins de santé primaires.

M. Scott: Débattre de l'euthanasie et des technologies de reproduction dans un contexte plus large. Je ne sais pas comment cela s'appelle. Est-ce la bioéthique?

Mme Fry: La bioéthique, l'éthique médicale.

M. Scott: Ce n'est pas tellement de déontologie dont je voudrais que nous parlions, comme de l'éthique concernant les technologies de pointe pour tenir compte des nouvelles réalités.

M. Lavigne: More activities for seniors, to help them keep in shape.

Mme Fry: Les questions qui touchent la prévention de la maladie et la promotion de la santé.

[Texte]

The Chairman: Okay, that's three rounds. From my perspective that was a useful exercise, because it helps identify the issues that are on our minds. Have we missed somebody or some issue that you want to put on the table? Are there any other issues?

Mr. Pagtakhan: To follow on the definition of essential services, I had indicated earlier the need to define what constitutes appropriate health care. I think the two are interrelated.

The Chairman: We welcome Dr. Grant Hill, one of our associate members to whom I made reference in his absence earlier.

Folks, it's 9:15 a.m. There is an item under other business, which I neglected to flag for you earlier, and that's the Order in Council appointments that we'll come to in a moment. But before we do, let me deal with the item before us now, the future direction of the committee, what items we ought to deliberate on and so on. Here is my suggestion to you, and you can decide what you want to do with it.

We have given ourselves a number of items in the past few minutes. We have no legislation from the House, we have no order of reference from the House. We don't know precisely where health reform is going, but we have an idea, thanks to Hedy. We'll undertake to get more precise information for you. But in the absence of other outside demands, all we have before us are the items that we've just enumerated.

In that context, my suggestion is that the steering committee meet, select from among the ones listed a first item for some hearings, and set up a set of hearings, to begin in about two to three weeks from now. Keep in mind that the House will not sit next week.

• 0915

With the budget activities beginning later today, I don't know what the demands on time are going to be. I suggest that the steering committee should meet, if possible later this week, with a view to structuring the first set of hearings to take place either the week after we'll be back or the week after that.

Ms Fry: There is an issue that has been directed, if not officially, to this committee, and that has to do with looking at the feasibility of plain packaging or generic packaging of cigarettes.

The Chairman: I'm aware of the issue, but I'm not aware of the reference.

Ms Fry: As far as the Minister of Health is concerned, this is the committee that has to look at the feasibility of that.

The Chairman: Yes, but she has to tell us that. That's the problem.

Ms Fry: She has told me that I'm supposed to bring you the issues, and the Prime Minister did say on February 8 that there would be a feasibility study and it would come here.

[Traduction]

Le président: Bien, cela fait trois rondes. C'était un exercice utile, selon moi, car cela nous a permis d'identifier les sujets importants, à mes yeux, ceux que nous avons à l'esprit. Est-ce que nous avons oublié quelqu'un ou quelque chose dont vous aimeriez discuter? Y a-t-il d'autres sujets?

Mr. Pagtakhan: Quelqu'un a proposé que nous définissions ce qui constitue les services essentiels, et pour enchaîner, comme je l'ai dit auparavant, je pense qu'il nous faut une définition des soins de santé appropriés. Je pense que les deux sujets sont intimement liés.

Le président: Nous souhaitons la bienvenue à M. Grant Hill, l'un des membres associés du comité auxquels j'ai fait allusion en son absence.

Collègues, il est neuf heures quinze. Il reste un point à l'ordre du jour sous la rubrique "autres travaux", que j'ai négligé de signaler à votre attention auparavant. Il s'agit des nominations par décret dont nous allons parler dans un moment. Mais d'abord, traitons le sujet dont nous sommes saisis, l'orientation future du comité, quels sujets devraient faire l'objet de nos délibérations, etc. Voici ce que je vous propose; sentez-vous tout à fait libres de retenir ou non ma proposition.

Nous venons de dresser la liste d'un certain nombre de sujets. La Chambre ne nous a pas confiés de projets de loi à examiner; nous n'avons pas non plus d'ordre de renvoi. Nous ne savons pas exactement quelle sera l'orientation future de la réforme des soins de santé, mais, grâce à Hedy, nous avons une idée générale. Nous allons essayer de vous obtenir des renseignements plus précis. Mais en l'absence d'autres demandes qui nous seraient soumises de l'extérieur, notre travail se résume à l'examen des sujets que nous venons d'énumérer.

Cela étant dit, je propose que le comité-directeur se réunisse pour choisir un sujet parmi ceux dont nous avons dressé la liste et pour prévoir une série d'audiences qui permettront d'examiner le sujet retenu et qui débuteront d'ici deux à trois semaines. Souvenez-vous que la Chambre ne siège pas la semaine prochaine.

Je ne sais pas ce que vont signifier pour notre emploi du temps toutes les activités liées à l'examen du budget qui sera déposé à la Chambre plus tard aujourd'hui. Je propose que le comité de direction se réunisse, dans le courant de la semaine si possible, dans le but de prévoir la première série d'audiences qui aura lieu dans la semaine qui suivra notre retour ou la semaine suivante.

Mme Fry: Le comité a été saisi d'une question, officieusement si ce n'est officiellement; on nous demande d'envisager la possibilité de vendre des cigarettes emballées dans des paquets vierges ou génériques.

Le président: J'ai entendu parler de cela, mais je ne savais pas qu'on avait soumis cette question à l'attention du comité.

Mme Fry: Selon la ministre de la Santé, c'est notre comité qui devrait examiner si ce projet est réalisable.

Le président: Oui, mais elle doit nous le faire savoir; voilà le hic.

Mme Fry: Elle m'a dit que je devais vous soumettre les questions, et le premier ministre a bien dit le 8 février qu'il allait faire effectuer une étude de faisabilité et que notre comité serait saisi de la question.

[Text]

The Chairman: Understand me, Hedy. I don't dismiss the importance of the issue at all. We can't know what's in the minister's mind. If she wants us to look at something, then she has to go through the motions of at least writing us a note or otherwise letting us know. That was my point.

Ms Fry: The minister and I have talked, and she has decided that I shall bring those issues here.

The Chairman: Okay.

Ms Fry: If you want an official—

The Chairman: No, no. If you're now bringing the issue, then it's here. My point was that we had no prior notice of it, and you just mentioned the reason why we didn't have prior notice. That's fair ball.

Mme Picard: Vous avez mentionné, plus tôt, que le Comité n'était saisi d'aucun projet de loi. Je ne sais pas si je me trompe du point de vue de la procédure, mais il y a devant la Chambre le projet de loi C-7 qui modifie la Loi sur les drogues et stupéfiants. Ce projet de loi ne devrait-il pas être déféré au Comité?

The Chairman: The House will decide whether to refer it to the health committee or to the justice committee, because it's also a justice bill. Who sponsored it? Whose bill is it?

Ms Fry: It was jointly sponsored by the Minister of Health. . . I'm sorry; it is a health bill, not a justice or a Solicitor General bill.

If you don't mind my making a comment, I think it should come to this committee and that we should invite people from the justice committee here, because there is a danger that this bill will be given over to justice, when it is a health bill and it deals with health issues and the Narcotic Control Act is under our jurisdiction.

The Chairman: I hear what you're saying, Hedy. The problem is that this committee doesn't decide where the bill will go. The clerk informs me that Mr. Gray said in the House that one of the possibilities he was looking at was sending it to the justice committee. So until the House decides where it's going to send the bill, it's out of our hands. If it doesn't send it here, then it's completely out of our hands. We'll follow up with the House leader and find out.

I guess we're also saying that if a bill is referred, then that would intrude on my earlier suggestion, that if we have an obligation to report a bill back to the House, then that order of business will take precedence—because these things are under deadlines normally, aren't they?

A voice: For a bill, usually.

Ms Fry: Another bill is going to be under discussion today, Bill C-11, part of which has to do with the Tobacco Sales to Young Persons Act, which again will come under the jurisdiction of the Minister of Health and the health department. If at second reading that bill is referred, then there is a chance that it will be referred to this committee. I know the Minister of National Revenue doesn't want it, so he would like it to be referred here. Again, the House will make that decision. But there is notice of two bills that easily could eventually come here.

[Translation]

Le président: Comprenez-moi, Hedy. Je ne doute absolument pas de l'importance de cette question. Mais nous ne pouvons deviner ce que pense la ministre; si elle veut que nous examinions quelque chose, elle doit au moins nous rédiger une petite note à cet effet ou nous le faire savoir par un autre moyen. Voilà ce que je voulais dire.

Mme Fry: J'ai eu un entretien avec la ministre et elle a décidé que c'est moi qui saisirais le comité de ces questions.

Le président: Très bien.

Mme Fry: Si vous désirez un avis officiel. . .

Le président: Non, non. Si c'est vous qui soumettez la question à l'attention du comité, nous en sommes donc saisis. Je disais que nous n'en avions pas été avertis, mais vous venez d'expliquer pourquoi, et c'est très bien.

Mrs. Picard: You mentioned earlier that no bills had been referred to the committee. I don't know if I'm mistaken about the procedure, but Bill C-7, the Controlled Drugs and Substances Act, which repeals the Narcotic Controls Act, is before the House. Should that Bill not be referred to this committee?

Le président: C'est la Chambre qui décidera de renvoyer ce projet de loi soit au comité de la santé, soit au comité de la justice, car c'est aussi un projet de loi de nature juridique. Qui l'a parrainé? Qui en est à l'origine?

Mme Fry: Il a été parrainé de façon conjointe et par le ministre de la Santé. . . Pardon; c'est un projet de Loi qui porte sur la santé. Il ne relève pas de la justice ou du solliciteur général.

Si vous me permettez une observation, je pense que le projet de loi devrait être renvoyé à notre comité et que nous devrions inviter des membres du comité de la justice à nos séances, car nous courrons le risque que ce projet de loi soit confié à la justice, alors qu'il porte sur la santé, qu'il traite de questions relatives à la santé et que la Loi sur les stupéfiants relève de notre sphère de responsabilité.

Le président: Je vois ce que vous voulez dire, Hedy. La difficulté, c'est que ce n'est pas au comité de décider du renvoi d'un projet de loi. La greffière m'informe que M. Gray a dit à la Chambre qu'il envisageait, entre autre, le renvoi de ce projet de loi au comité de la justice. Nous n'avons donc rien à dire jusqu'à ce que la Chambre décide du comité à qui elle confiera l'étude du projet de loi. Si la Chambre ne nous adresse pas le projet de loi, nous n'y pouvons absolument rien. Mais nous allons nous renseigner auprès du leader à la Chambre pour voir ce qu'il en est.

Aussi, si on nous adresse un projet de loi, la proposition que j'ai fait auparavant n'aurait plus cours, en ce sens que nous aurions l'obligation de faire rapport du projet de loi à la Chambre et que cette responsabilité aurait préséance, car il faut respecter certaines échéances normalement, n'est-ce pas?

Une voix: Dans le cas d'un projet de loi, c'est généralement le cas.

Mme Fry: Il y a un autre projet de loi qui sera à l'étude, le projet de loi C-11, dont une partie traite de la Loi sur la répression de l'usage du tabac chez les adolescents, sujet qui, encore une fois, relève de la ministre de la Santé et de ses services. Si ce projet de loi est renvoyé en deuxième lecture, il se peut qu'il nous soit adressé. Je sais que le ministre du Revenu national n'en veut pas et qu'il préférerait que le projet de loi nous soit renvoyé. Encore une fois, c'est la Chambre qui prendra cette décision. Mais, voilà deux projets de loi qui pourraient nous arriver.

[Texte]

Mr. Hill (MacLeod): On the issue of Bill C-7, I had the responsibility to shepherd this from our standpoint, and I asked the Solicitor General directly whether or not a joint committee of justice and health might deal with it. His comment was that members of the health committee could go to the justice committee meetings. So it really sounded as if he was inclined more toward the justice end.

Frankly, even though there are a huge number of health issues here, I think, having gone through it, that this is a justice bill more than it is a health bill. It needs a lot of input from this committee, but I think it was not sent in the right direction when it went to health originally. So we disagree a tiny bit on that.

[Traduction]

M. Hill (MacLeod): À propos du projet de loi C-7, mon parti m'en avait confié la responsabilité, et j'ai posé la question directement au solliciteur général afin de savoir si un comité conjoint de la justice et de la santé pourrait l'examiner. Il a répondu que des membres du comité de la santé pourraient se rendre aux réunions du comité de la justice. Donc, à en croire sa réponse, on serait porté à penser qu'il était plutôt enclin à confier ce projet de loi au comité de la justice.

Franchement, bien qu'il y ait dans ce projet de loi un grand nombre de questions qui portent sur la santé, je pense quand même, après l'avoir lu, qu'il s'agit d'un projet de loi à caractère juridique. La participation de notre comité sera essentielle mais je pense qu'on ne l'avait pas confié au bon comité quand on l'a renvoyé au comité de la santé initialement. Nous ne sommes donc pas tout à fait d'accord là-dessus.

• 0920

Ms Fry: If I may comment, it wasn't directed to health. The jurisdiction for the Department of Health is the Narcotic Control Act and the Food and Drugs Act. This bill is a combination of those two acts, so it was a health bill. It came from health.

We're not here to debate it, but I think the House will decide where it goes—not necessarily the House leader; it depends on what people from the floor think should happen to it.

The Chairman: The suggestion earlier was that the steering committee would meet and decide where the committee goes from here in terms of hearings and what the subject would be. Do you want to comment on that?

Mr. Pagtakhan: It is understood that the steering committee would report on its priorities to the whole committee. Also, are we asking that the steering committee be given the authority to decide on the priorities from the list and then set the agenda? This is for the clarification of all members.

The Chairman: My suggestion wasn't that it set the agenda but that it choose the first item. That was my suggestion. My suggestion was that to save another meeting of the committee, we trust the steering committee—all of whom are at this table right now and will have heard the views expressed this morning—and we trust ourselves to choose that first item. That was my suggestion.

But if you want the steering committee to report back to the full committee, we can do that. I was trying to avoid the need for another full committee meeting before we get into our first set of hearings.

Mr. Pagtakhan: No. I only wanted clarification so that we know what we are approving.

The Chairman: My suggestion is that the steering committee meet, choose the first item for hearings, and put in motion the arrangements for the first set of hearings. That's my suggestion—unless a bill from the House intervenes, of course. Is that acceptable to the committee?

Mr. Pagtakhan: Would the committee like to proceed with hearings on any of the topics while a deal is before the committee? Would we have the time, or what is the pleasure of the committee?

Mme Fry: Un mot, s'il vous plaît, il ne s'adressait pas à la santé. Le ministère de la Santé a compétence pour étudier la Loi sur les stupéfiants et la Loi sur les aliments et drogues. Ce projet de loi est un amalgame de ces deux lois. Il s'agissait donc d'un projet de loi sur la santé. Il venait de la santé.

Nous ne sommes pas ici pour en discuter, mais je crois que la Chambre décidera où l'envoyer—and ce ne sera pas nécessairement la décision du leader à la chambre; cela dépend de l'opinion de l'assemblée.

Le président: On a proposé plus tôt que le comité de direction se réunisse et décide comment notre comité va procéder pour les audiences et quel sera le sujet. Avez-vous des remarques à faire là-dessus?

Mr. Pagtakhan: Il est entendu que le comité de direction doit rendre compte de ses priorités à l'ensemble du comité. Voulons-nous également que le comité de direction ait compétence pour décider des priorités à partir de la liste et pour fixer ensuite l'ordre du jour? Je veux que tous les membres du comité comprennent bien.

Le président: Je n'avais pas suggéré qu'il fixe l'ordre du jour mais qu'il choisisse le premier sujet à aborder. Voilà ce que j'avais proposé. Pour éviter une nouvelle réunion du comité, j'avais proposé que l'on fasse confiance au comité de direction—dont tous les membres sont présents ici autour de la table et ont entendu les opinions exprimées ce matin—and nous nous faisons confiance pour choisir le premier sujet. Voilà ce que proposais.

Mais si vous souhaitez que le comité de direction fasse un rapport à l'ensemble du comité, cela peut se faire. Je voulais éviter que le comité plénier ait à se réunir de nouveau avant que l'on entame notre première série d'audiences.

Mr. Pagtakhan: Non. Je voulais simplement qu'on précise les choses pour que l'on sache ce que l'on approuve.

Le président: Je propose que le comité de direction se réunisse, choisisse le premier sujet à examiner lors des audiences et entame les démarches pour organiser la première série d'audiences. Voilà ce que je proposais—à moins bien sûr qu'un projet de loi émanant de la Chambre ne nous arrive. Cela semble-t-il acceptable au comité?

Mr. Pagtakhan: Le comité souhaite-t-il commencer les audiences sur l'un des sujets puisqu'il en a le choix? Avons-nous le temps de le faire ou que souhaite le comité?

[Text]

[Translation]

The Chairman: I think the committee just decided its pleasure. Let me tell you what I think the committee just decided, which is that the steering committee will identify an issue and establish the first set of hearings on whatever issue that is, unless a bill from the House intervenes. To say that differently, if a bill from the House intervenes, we'll obviously have to deal with that first. That's what I put to the committee a minute ago. Am I communicating or not?

Mr. Pagtakhan: The two are not necessarily exclusive, depending on the time we have.

The Chairman: I'm sorry. I didn't hear your question. Try me again.

Mr. Pagtakhan: Given that there is a bill before the committee that will consume a certain amount of time, given that we have prioritized an agenda, then it will consume a certain amount of time. Could we give the two times required to those two challenges? That was my question.

The Chairman: My answer was—and I'll try it again—that if a bill comes from the House we would put aside the hearings and deal with the bill.

Mr. Pagtakhan: That is the chair's preference, but I would like to know—

The Chairman: No, that was the decision we just made a minute ago.

Mr. Pagtakhan: It was not my understanding, so I would like to get the pleasure of the committee. If the committee decides one way or the other, I will be okay. Again, I wanted clarification.

The Chairman: Can somebody help me here?

Ms Fry: That's what I thought you said as well, and I think that's a good idea and a good way to go.

Mr. Martin: I agree.

The Chairman: Thank you.

Let's go to other business. Order in Council appointments were the issue last day. I'm going to ask the clerk to circulate a couple of items to you.

You asked for CVs. You don't quite have CVs but I have CVs. Let me show you. For example, there is one CV right there. That's one. The reason I'm holding them and you are not is that they have not been translated. If you want them all translated...

But I want to flag for you a couple of other time constraints. The House does not sit next week. The following week, if we sat on the Tuesday as we've been doing, that is one day before the deadline. The next possible meeting, in effect, is one day for the deadline before those appointments.

Le président: Je crois que le comité vient de décider. Permettez-moi de vous dire de quoi il retourne: le comité de direction va choisir un sujet et organiser la première série d'audiences sur le sujet quel qu'il sera, à moins qu'un projet de loi de la Chambre ne nous arrive dans l'intervalle. Autrement dit, si un projet de loi de la Chambre nous est présenté, il nous faudra évidemment nous en occuper d'abord. C'est ce que j'avais proposé au comité il y a un instant. Mon message passe-t-il ou non?

M. Pagtakhan: L'un n'exclut pas nécessairement l'autre, selon le temps dont on dispose.

Le président: Excusez-moi mais je n'ai pas entendu votre question. Veuillez la répéter.

M. Pagtakhan: Étant donné qu'un projet de loi est soumis au comité, son étude va prendre un certain temps; étant donné que nous avons établi un ordre du jour selon des priorités, cela va prendre un certain temps. Disposons-nous du temps nécessaire pour ces deux activités? Voilà ma question.

Le président: Ma réponse était—et je vais essayer encore une fois de la formuler—que si la Chambre nous soumet un projet de loi, nous mettrons de côté les audiences pour nous occuper du projet de loi.

M. Pagtakhan: C'est ce que préfère le président mais j'aimerais savoir...

Le président: Non, c'est ce que nous avons décidé il y a une minute.

M. Pagtakhan: Ce n'est pas ce que j'avais compris et j'aimerais savoir qu'elle est la volonté du comité. Si le comité décide en faveur de l'une ou l'autre solution, ça m'ira. Encore une fois, je souhaitais obtenir des précisions.

Le président: Quelqu'un pourrait-il m'aider?

Mme Fry: C'est ce que j'avais cru vous entendre dire aussi et je pense que c'est une bonne idée et une bonne façon de procéder.

M. Martin: Je suis d'accord.

Le président: Merci.

Passons aux autres affaires. Il avait été question l'autre jour des nominations par décret. J'avais demandé à la greffière de vous distribuer quelques documents.

Vous avez demandé des curriculum vitae. Vous n'en n'avez pas, mais j'en ai que je vais vous montrer. Par exemple, en voici un ici. S'ils sont entre mes mains et non entre les vôtres, c'est parce qu'ils n'ont pas encore été traduits. Si vous voulez qu'ils soient tous traduits...

Mais je veux vous signaler que notre temps est limité par ailleurs. La Chambre ne siège pas la semaine prochaine. La semaine suivante, si nous nous réunissons le mardi comme nous l'avons fait jusqu'ici, ce sera la veille de l'échéance. La prochaine fois où nous pourrons nous réunir se trouve en effet à être la veille de la date limite pour ces nominations.

• 0925

I suggest to you that unless we're hot to trot on some particular nominee, it might be useful for us to pass on this set of appointments, given the timeframe. Unless we have a particular concern with one of the persons appointed, we ought

Étant donné le délai dont nous disposons, je proposerais, à moins qu'on ait à discuter abîmement d'une des nominations en particulier, que nous acceptions l'ensemble des nominations. À moins que l'une des personnes nommées ne nous pose un

[Texte]

to pass on this set of appointments because of the timeframe. The next time we can meet is a day before the deadline. The deadline given us by the House is March 8. It would mean we would have to call the persons on that day before the deadline and make a recommendation to the House, if that were appropriate.

My suggestion to you is that, given the time constraint, we not examine in committee the appointees who came to us this time, but that we write each of them, as has been the practice with the former health committee, reinforcing our right to do this and informing that we don't intend to do it this time around. Then I suggest that when we get the next group of appointments referred to committee, we scrutinize with a view to calling persons.

The documentation in front of you summarizes the various appointments. It gives you biographies in brief. Is there anybody there you would particularly want to examine before the committee at this time?

Ms Fry: Mr. Chairman, it would seem to me that, given the nature of this committee, all of these people here are appropriate to the committee. I don't know them personally and I don't think their biographies would help me to know them any better. I think they all sound like they're appropriate to the work of this committee. I would like to suggest we follow your suggestion, which is to go ahead and appoint them.

Mr. Hill: On a point of verification, I asked this in another committee I was on, and I believe we have an ability to recommend. Let's just say we found someone here who we think is a donkey and not suitable, and we recommend the individual not be put on the committee. How often are those recommendations followed?

The Chairman: You're asking me?

Mr. Hill: I'm asking you. You're experienced.

The Chairman: Mr. Hill, I don't know if a recommendation like that has ever been made, let alone followed. You have to go back to the history of this procedure. It's only a few years old. It came post 1984 with the McGrath reforms. If my memory serves me right, it's only been a procedure for the last few years, six or eight years or something. The fact is that the names come to us after they are appointed, unlike the American system where the executive branch nominates somebody and then that person is examined before the congressional committees. Here it's *post facto*. Here you are told these persons have been appointed.

Mr. Hill: I'm sure you see my point here. I think this is a great way to shuffle paper and I object strenuously to being asked to vet people if they're already appointed.

The Chairman: I share your concern, but at the same time I would see it as an opportunity in that if we find—what was the term you used? A "donkey", was it?

Mr. Hill: I should be kinder. Let's just say we found somebody unsuitable.

[Traduction]

problème particulier, nous devrions adopter l'ensemble des nominations en raison du peu de temps dont nous disposons. La prochaine fois que nous nous réunirons, ce sera la veille de la date limite qui a été fixée au 8 mars par la Chambre. Cela voudrait dire que nous devrions convoquer les intéressés la veille de l'échéance et soumettre une recommandation à la Chambre, le cas échéant.

Étant donné que le temps est limité, je proposerais que nous n'examinions pas en comité les personnes nommées cette fois-ci, mais que nous écrivions à chacune d'entre elles, comme c'était l'habitude avec le précédent comité de la santé, pour bien montrer que nous avons le droit de le faire et pour leur faire savoir que nous n'avons pas l'intention de le faire cette fois-ci. Je propose ensuite que lorsqu'on renverra au comité la prochaine série de nominations, on l'examine en vue de convoquer les intéressés.

Le document que vous avez sous les yeux résume les diverses nominations. Une brève biographie y figure. Y voyez-vous une personne dont vous voudriez plus particulièrement étudier le cas avec le comité maintenant?

Mme Fry: Monsieur le président, il me semble que, étant donné la nature de ce comité, toutes ces personnes semblent convenir en l'occurrence. Je ne les connais pas personnellement et je ne pense pas que leur biographie me permette de mieux les connaître. Elles ont toutes l'air d'être indiquées pour le travail du comité. Je propose qu'on suive donc votre suggestion qui consiste à entériner leur nomination.

Mr. Hill: J'aimerais vérifier quelque chose. J'ai posé la question à un autre comité dont je suis membre et je crois que nous avons la possibilité de faire des recommandations. Admettons qu'il y ait quelqu'un qui nous semble être un âne, qui ne semble pas convenir, et que nous recommandions que la personne ne soit pas nommée au comité. Dans quelle mesure ces recommandations sont-elles suivies?

Le président: Vous me posez la question?

M. Hill: Oui, je vous le demande, vous avez de l'expérience.

Le président: Monsieur Hill, je ne sais pas si une recommandation de ce genre a jamais été faite et à plus forte raison a été suivie. Il faut revoir l'historique de cette procédure. Elle ne date que de quelques années. Elle est venue après 1984 avec les réformes McGrath. Si j'ai bonne mémoire, cette procédure n'existe que depuis quelques années, six ou huit à peu près. Le fait est qu'on nous soumet les noms une fois que les nominations ont été faites, contrairement au système américain, selon lequel l'exécutif nomme une personne et ce sont ensuite les comités du Congrès qui étudient son dossier. Chez nous, cela se fait après coup. On nous dit que ces personnes ont été nommées.

Mr. Hill: Je suis sûr que vous comprenez ce que je veux dire. Je trouve que c'est un bon moyen pour augmenter la paperasserie et je m'oppose absolument à ce qu'on me demande d'examiner le cas de quelqu'un qui a déjà été nommé.

Le président: Je comprends votre inquiétude, mais par ailleurs il me semble que c'est l'occasion si on trouve—quel est le terme que vous avez employé? Un «âne» n'est-ce pas?

Mr. Hill: J'aurais dû être plus nuancé. Disons simplement si on trouve que quelqu'un ne convient pas.

[Text]

[Translation]

The Chairman: If we found a person unsuitable and we made a fuss about that as a committee, I think it would send a very strong signal to the administration and to would-be appointees in the future, in the first case to be cautious about making ill-advised appointments and in the second case not to accept them if they're ill-qualified. I would rather see it the other way. I would rather see it where they come to the committee as nominees, but that's not in our hands as a committee. I think we ought to make the most of what is, and we can send a signal if we find appointments that are ill-advised.

Mr. Hill: On the reverse side, I would love to make a recommendation that we have an opportunity to look at nominees before they're appointed.

The Chairman: Sure.

Mr. Hill: This is, if you will, a philosophical point, but one I feel very strongly about. I asked the members in the other committee how they felt about doing this, and they said to me they thought it was a waste of time.

• 0930

Mr. Scott: I think we can't lose sight of the fact that this is bringing a process out into the open that wasn't out in the open before. Notwithstanding the limitations on the process, the fact of the matter is that these people have been appointed for the last 100 years and nobody has seen it in the fashion that is the case. This is a step, I suspect; it has some value as a step.

I would agree with Graham's suggestion that it would be better if we were involved earlier in the process. But I don't think we should discredit totally the fact that it's a better idea to have these appointments referred to a committee.

Ms Fry: Mr. Chair, I agree with Grant; I couldn't agree with him more. However, if you've noticed, all of these people have already been appointed until 1996, and I think that unless we clearly believe that some of these people are incompetent and incapable of performing these duties... We should have to prove that very clearly, because I think it would be very difficult to move someone who has already been appointed off a committee, unless you can prove that they're incompetent. That's why we had asked for the CVs, to see if we thought people were incompetent.

I don't know, from looking at this list here—and that's what I meant—that a CV would prove to us whether or not the person was incompetent. It would have to be proved on a performance basis that they were incompetent. While we need to be very careful in vetting these things, I think we also have to be very careful that we don't accuse people of incompetence unless we can prove that.

Mr. Szabo: I would like to thank the clerk and the staff for providing us with the information about the Medical Research Council of Canada. I think it's helpful to me to know what they do and it is also helpful for me to know that they're not remunerated, that their terms are for three years. They're reimbursed only for their travel and there's a good synopsis of each of the appointees, indicating that they have suitable backgrounds, as the parliamentary secretary has indicated. I

Le président: Si nous constatons que quelqu'un ne fait pas l'affaire et que, en tant que comité, nous fassions du bruit autour de cela, je pense que cela constituerait un message très clair pour l'administration et pour les futurs postulants à la nomination; cela voudrait dire d'une part qu'il faudrait être prudents et ne pas faire des nominations intempestives et d'autre part que l'on n'accepte pas les personnes qui ne sont pas qualifiées. Je préférerais que les choses se passent à l'inverse. J'aimerais mieux que ces personnes soient présentées au comité comme candidates, mais c'est une chose qui ne revient pas au comité. Je crois qu'il faut tirer le meilleur parti de ce qui existe et nous pouvons toujours signaler les nominations qui nous semblent mal indiquées.

M. Hill: Par contre, j'aimerais recommander que l'on puisse étudier le cas des candidats avant leur nomination.

Le président: Certainement.

M. Hill: Il s'agit d'une objection plutôt théorique mais elle me tient à cœur. J'ai demandé aux membres de l'autre comité ce qu'ils en pensaient et ils m'ont répondu que c'était une perte de temps.

Mr. Scott: Je crois qu'il ne faut pas perdre de vue le fait que cela rend le processus très public alors que ce n'était pas le cas auparavant. Malgré les limites que le processus comporte, il n'en reste pas moins que cela fait un siècle que ces personnes-là sont ainsi nommées et que nul n'a vu les choses de cette façon. C'est une étape, j'imagine, qui à ce titre a une certaine valeur.

Je suis d'accord avec ce qu'a suggéré Graham à savoir qu'on nous demande de participer plus tôt à ces nominations. Mais je ne pense pas qu'on doive totalement discréditer le fait qu'il est tout de même préférable de renvoyer ces nominations à un comité.

Mme Fry: Monsieur le président, je suis d'accord avec Grant, tout à fait d'accord. Mais comme vous avez pu le constater, toutes ces personnes ont déjà été nommées jusqu'en 1996, et je crois qu'à moins d'estimer franchement que certaines sont incompetentes et incapables de remplir leurs fonctions... Il nous faudrait prouver cela très clairement car il me semble qu'il sera très difficile de retirer d'un comité quelqu'un y a déjà été nommé, à moins de prouver son incompétence. C'est pourquoi nous avons demandé les curriculum vitae, justement pour voir si c'était le cas.

Ma foi, en regardant cette liste—et c'est ce que je voulais dire—je ne crois pas qu'un C.V. puisse nous prouver que la personne est incompetente ou non. Cette incompétence devra être prouvée en fonction de la façon dont l'intéressé s'acquitte de ses tâches. Il nous faut être très prudent en examinant ces cas, mais aussi bien prendre garde à ne pas accuser quelqu'un d'incompétence sans pouvoir le prouver.

M. Szabo: Je tiens à remercier la greffière et le personnel de nous avoir fourni l'information sur le Conseil de recherches médicales du Canada. Il m'est très utile de savoir ce que ces personnes y font, qu'elles ne sont pas rémunérées et que leur mandat est de trois ans. On se contente de rembourser leurs frais de déplacement et il y a un bon résumé de chacune des personnes nommées qui prouve qu'elles ont les antécédents qu'il faut, comme l'a dit la secrétaire parlementaire. Je ne vois

[Texte]

would certainly have no problem in proceeding in regard to giving our clearance, as it were, on those appointments that have been made.

Having said that, this document also includes additional appointments, which I believe are . . . It says here they are tabled . . well, I guess it's all the things. Am I to understand that we are also dealing with the Canada Pension Plan Advisory Board?

The Chairman: If you look at the bottom of the second page, Paul, you will see that the date is the same for all of them.

Mr. Szabo: But these are different agencies and there's not sufficient information in regard to the deputy minister, whether it's a reappointment or a new appointment. In view of the fact that the Auditor General has raised substantial points about the management and administration of the Department of Health and that we are considering an appointment, I, for one, wouldn't mind meeting the deputy minister, who is going to be leading the department's activities. I would like to know who that deputy minister is and maybe have her comment to this committee about, for instance, the Auditor General's comments.

The Chairman: That's a good point, Paul. We'll be meeting Michèle Jean, the deputy minister, before the end of March, when the estimates come before the committee.

Mr. Szabo: However, the deadline for this is March 8, right?

The Chairman: Yes. If you want to meet her, to examine her, then we're going to have to do it the day before the deadline. No, we can do it this week, I suppose. The timeframes we have available to us are tomorrow, Thursday, and Friday, and Monday and Tuesday, March 6 and 7. We have five days, theoretically, if you want to pursue the issue of examining appointees. That's what's before us right now.

Mr. Szabo: Well, could we meet the deputy minister during the first couple of days in March that are available, on the 6th or on the 7th?

[Traduction]

pas d'inconvénient à ce que nous donnions pour ainsi dire le feu vert à ces nominations qui ont été faites.

Ceci dit, dans ce document figure également des nominations supplémentaires qui je crois sont... On dit ici qu'elles ont été déposées...ma foi, j'imagine que tout est là. Dois-je comprendre que nous allons également nous occuper du Conseil consultatif du Régime des pensions du Canada?

Le président: Si vous regardez au bas de la deuxième page, Paul, vous verrez que la date est la même pour tous.

M. Szabo: Mais il s'agit d'organismes différents et il n'y a pas suffisamment de renseignements concernant la sous-ministre; on ne sait pas si on a renouvelé sa nomination ou si c'est une nouvelle. Etant donné que le vérificateur général a soulevé des questions importantes au sujet de la gestion et l'administration du ministère de la Santé et que nous envisageons une nomination, j'aimerais personnellement rencontrer la sous-ministre qui va diriger les activités du ministère. J'aimerais savoir qui est cette sous-ministre et qu'elle vienne dire au comité ce qu'elle pense des remarques du vérificateur général, par exemple.

Le président: Très bonne idée, Paul. Nous rencontrerons Michèle Jean, la sous-ministre avant la fin mars lorsque le comité sera saisi du budget des dépenses.

M. Szabo: Oui. Mais la date limite ici est bien le 8 mars?

Le président: Oui. Si vous voulez la rencontrer pour la sonder, alors il faudra le faire la veille de la date limite. Non, j'imagine que nous pouvons le faire cette semaine. Nous disposons encore de demain, jeudi et vendredi ainsi que lundi 6 et mardi 7 mars. Nous avons cinq jours, théoriquement, si vous voulez étudier les nominations. Voilà ce qu'il nous faut décider maintenant.

M. Szabo: Est-il possible de rencontrer la sous-ministre au cours des deux premiers jours de mars qui sont disponibles, le 6 ou le 7?

- 0035

The Chairman: I'm trying to be helpful here. If the objective is to meet the deputy minister, then we will do that in March, during the estimates. If the objective is to examine the appointee, then we must do it within the next five days.

Mr. Martin: I suggest that we accept this as is, but that in the future we request that all appointees come to us as nominees. Does that sound reasonable?

Ms Fry: Very.

The Chairman: It sounds reasonable, but it isn't going to work. They don't come to us as nominees; they come to us as *faits accomplis*.

Mr. Martin: We accept this as is, but I suggest that in the future, instead of having the status quo, we should make the system better and look at them as nominees instead of as appointees.

The Chairman: Again, let's be clear, because I don't want the chair to mislead you de facto. The chair and the committee have no authority to change the system. The system as it used to exist, as Andy reminded us, is that the Order in Council

Le président: J'essaie de me rendre utile. Si nous voulons rencontrer la sous-ministre, nous le ferons en mars, pendant l'étude du budget des dépenses. Si nous voulons examiner une nomination, alors il nous faut le faire dans les cinq prochains jours.

M. Martin: Je propose que nous acceptions cela tel quel, mais qu'à l'avenir, nous demandions que toutes les personnes nommées nous soient présentées à titre de candidates. Cela vous semble-t-il raisonnable?

Mme Fry: Tout à fait.

Le président: Cela semble raisonnable, mais ça ne marchera pas. On ne nous présente pas des candidats, mais des faits accomplis.

M. Martin: Nous acceptons donc cela tel quel, mais je propose qu'à l'avenir, au lieu de nous en tenir au statu quo, nous tâchions d'améliorer le système et d'examiner ces personnes en tant que candidates et non pas en tant que titulaires.

Le président: Une fois encore, soyons bien clairs. Je ne veux pas que le président vous induise en fait en erreur. Le président et le comité n'ont aucune autorité pour changer le système. Tel qu'il existait, comme Andy nous l'a rappelé, le

[Text]

appointments would be made and you would read about them in the paper. That's the way it used to happen. A few years ago it was changed so that, once appointed, you were advised as a committee and asked if you would like, before a certain deadline, to do something about it. That's where we are now.

The point where I suspect we would like to be, as Grant put it a few minutes ago, is where we could examine before the fact. That's certainly where I would like to be, and I think, as I see the nods, where all the committee would like to be. But we're not there yet.

If we hope to get there one day, then maybe what we ought to do is work this process for what it's worth until we find somebody who was a bad appointment and make a case of that, which would help to reinforce the need for having them vetted before the fact. I think that's the best way to use the present system.

What I'm saying to you is that we can't change the present system as a committee.

Mr. Pagtakhan: I have a few points. One, when we look at the list of names, we look, as has been mentioned, for possible incompetence. It's not really a strong consideration in my mind, because I would like to give credit to the appointing authority that confidence is not an issue.

Perhaps what we would like to look at is nothing about incompetence, but rather the appropriateness of the credentials, and also where we can identify areas missing in the list of appointees, to the mandate of the council, for example, and perhaps in relation to the issues of the day.

For example, one issue of the day is bioethics, or medical ethics, as we heard this morning. Did we see in the list of these an appointee with a good background in bioethics? Perhaps in the current membership there is. We do not know that.

So rather than our prejudging how we shall proceed with this, ideas have been raised and I would like, Mr. Chair, for your consideration, to discuss again the whole issue of how we shall go about looking at appointees to the agencies of government insofar as health is concerned. Then the committee will make a set of recommendations to government, if we so desire, but will not prejudge our decision because we have not had a full debate on the whole issue.

I raised the matter earlier, but I don't think we have had a full debate. I would like us not to be premature in our approach to how we will go about this. We could perhaps come to the same conclusion as we tentatively heard this morning, but I want to be sure that we shall have given it full debate as an issue, because it's a very important one. There are so many factors to be considered.

Insofar as the current list is concerned, I believe in the inherent credentials of people, and I believe the government will have exercised due care in terms of confidence—I have no qualms about it—and even the appropriateness, but perhaps the whole matter can be reviewed later as a separate generic issue aside from this list of appointees.

[Translation]

système était que des nominations étaient faites par décret et on les apprenait pas les journaux. C'est ainsi que cela se passait auparavant. Il y a quelques années, il y a eu un changement selon lequel une fois les nominations faites, on vous en informe en tant que comité et on vous demande si vous voulez faire quelque chose avant une certaine date limite. C'est là où nous en sommes maintenant.

Je crois que nous aimerais pouvoir examiner le cas de ces personnes avant le fait accompli, comme Grant l'a suggéré il y a quelques instants. J'aimerais bien moi aussi qu'il en soit ainsi, et d'après les hochements de tête que je vois, je crois que l'ensemble du comité est de cet avis. Mais nous n'en sommes pas encore là.

Si nous voulons y parvenir un jour, peut-être faudrait-il accepter avec ce système, quelle que soit sa valeur, jusqu'à ce que l'on constate qu'une personne nommée ne convient pas et qu'on le signale, ce qui confirmerait la nécessité de pouvoir examiner ces nominations avant le fait accompli. Je crois que c'est la meilleure façon d'utiliser le système actuel.

Nous essayons en fait de vous dire qu'en tant que comité nous ne pouvons pas changer le système en vigueur.

M. Pagtakhan: J'ai quelques questions à poser. Tout d'abord, lorsqu'on regarde la liste des noms, il se peut, comme on l'a dit, qu'il y ait des incompétents. Cela n'a pas une très grande importance pour moi car j'aimerais que l'on montre aux responsables des nominations que la confiance n'est pas un problème.

Ce n'est peut-être pas tellement l'incompétence qu'il nous faut essayer de voir, mais plutôt la pertinence des références et aussi essayer de voir les secteurs pour lesquels des nominations manquent, en fonction du mandat du conseil, par exemple, et peut-être en fonction des questions d'actualité.

Par exemple, l'une des questions d'actualité est la bioéthique ou l'éthique médicale, comme nous l'avons entendu ce matin. Avons-nous vu sur la liste des nominations une personne ayant des connaissances en bioéthique? Peut-être que c'est le cas, mais nous ne le savons pas.

Plutôt que de décider à l'avance comment nous allons procéder, des questions ont été soulevées et j'aimerais, monsieur le président, qu'on discute à nouveau de la question générale consistant à savoir comment nous allons étudier les nominations aux divers organismes gouvernementaux ayant un rapport avec la santé. Le comité fera ensuite une série de recommandations au gouvernement, s'il le souhaite, mais il ne faut pas décider prématurément car nous n'avons pas discuté à fond toute cette question.

J'ai déjà soulevé le problème, mais je ne crois pas que nous ayons eu une discussion exhaustive. Je crois qu'il ne faut pas aller trop vite lorsqu'il s'agit de décider comment nous allons procéder. Nous pourrons peut-être arriver à la même conclusion que celle qui a été proposée ce matin, mais je veux être sûr que nous ayons discuté la question de façon approfondie car elle est très importante. Il y a de nombreux facteurs à prendre en considération.

Pour ce qui est de la liste actuelle, je me fie aux références de ces personnes, et je crois que le gouvernement a fait preuve de prudence pour accorder sa confiance—je n'ai aucune inquiétude là-dessus—and même pour ce qui est de choisir à bon escient, mais peut-être pourrions-nous revenir sur toute cette question plus tard pour la traiter comme une question générale distincte de la liste des nominations.

[Texte]

The Chairman: Other comments? No? So what's the wish—that we examine, or not examine, the Order in Council appointees that are before us now?

Mr. Scott: Not.

Mr. Pagtakhan: Mr. Chairman, I would like to say that today I have done a preliminary examination and I am confident based on what I believe. But others might want to proceed and invite them.

The committee would be ill-advised to say that we have not examined it and yet we have approved. The two statements would be contradictory in the spirit of quality. To say that we have not examined and yet we approve is contradictory to me, in principle.

• 0940

Ms Fry: Mr. Chairman, Rey brought up a point that I think we should follow up on, and it's a very important one. He looked to this list and he said that there was nobody who was a bioethicist. I think if we're dealing with research, and we're dealing with clinical research, and we're dealing with medical research, it would be important to have a bioethicist. I don't know if it's appropriate to move that we send a letter recommending that someone be added to this list who is a bioethicist. I don't know how this works, but I think it's an important issue that he brought up.

Mr. Pagtakhan: I move that we adopt the appointees, as given before the committee. Is that appropriate?

The Chairman: It's appropriate and superfluous. It's not necessary under the Standing Orders. If you want a motion in the *Minutes of Proceedings and Evidence*, it's all right, but the absence of a motion doesn't create a problem.

Mr. Pagtakhan: Fine.

Ms Fry: Mr. Chairman, you haven't answered whether it's appropriate to recommend that a bioethicist be added.

The Chairman: The reason I haven't answered is that there's no answer I can give. The committee can do what it wants. The committee can move that it now be dark, and if you pass the motion, the motion will pass. Whether it will become dark is another question. The point I make to you is that the committee is its own master. It's not for the chair to encourage motions. Any member can make any motion, and the chair will then tell you whether it's in order or out of order, and if in order, the chair will put the motion.

We're getting into a kind of wordfest here, you know. It's nearly 10 a.m.

Mr. Pagtakhan: Mr. Chair, just for clarification, according to this Library of Parliament document, there are 21 members to the MRC, 10 positions are vacant—

Mr. Tom Curren (Committee Researcher): That's my understanding.

Mr. Pagtakhan: —and 11 are on the order list, which means one more than the vacancy. But seven of them are reappointments. In total, what are the vacancies?

[Traduction]

Le président: Y a-t-il d'autres remarques? Non? Quel est donc le voeu du comité :veut-il examiner ou non les nominations par décret dont il est actuellement saisi?

M. Scott: Non.

M. Pagtakhan: Monsieur le président, je tiens à dire que j'ai procédé à un examen préliminaire et que j'ai confiance dans ces choix, autant que je puisse voir. Mais d'autres personnes souhaitent peut-être examiner ces nominations et inviter les intéressés.

Le comité serait mal venu de dire qu'il n'a pas étudié la liste mais qu'il l'a approuvée. Ces deux déclarations seraient contradictoires si l'on veut faire du bon travail. Dire qu'on n'a pas examiné la liste et qu'on l'apprécie est contradictoire pour moi, en principe.

Mme Fry: Monsieur le président, Rey a soulevé un problème que nous devrions approfondir, je crois, car il est très important. En regardant cette liste, il a constaté qu'il n'y avait pas de bioéthicien. Je crois que lorsqu'il est question de recherche, et il s'agit là de recherche clinique et de recherche médicale, il est très important d'avoir un bioéthicien. Je ne sais s'il est opportun de proposer d'envoyer une lettre où l'on recommanderait d'ajouter un bioéthicien à la liste. Je ne sais comment les choses fonctionnent, mais je crois que c'est là un problème important qu'il a soulevé.

M. Pagtakhan: Je propose que l'on adopte les nominations qui ont été soumises au comité. Cela est-il acceptable?

Le président: C'est acceptable et superflu. Le Règlement ne l'exige pas. Si vous voulez qu'une procédure figure dans les *Procès-verbaux et témoignages*, c'est bien, mais le fait que cette motion n'existe pas n'est pas un problème.

M. Pagtakhan: Très bien.

Mme Fry: Monsieur le président, vous n'avez pas dit s'il était nécessaire de recommander d'ajouter un bioéthicien.

Le président: Si je n'ai pas répondu, c'est que je n'ai pas de réponse à donner. Le comité peut faire ce qu'il veut. Le comité peut proposer une motion pour qu'il fasse nuit, et si vous l'adoptez, la motion est adoptée. Maintenant, que la nuit tombe est une autre affaire. Ce que je veux vous faire comprendre, c'est que le comité est son propre maître. Ce n'est pas au président d'encourager la proposition de motions. Tout membre du comité peut proposer n'importe quelle motion, et le président vous dira si elle est recevable ou non, et si elle l'est, le président met la motion aux voix.

Nous jouons vraiment avec les mots; il est presque 10 heures.

M. Pagtakhan: Monsieur le président, à titre de précision, selon ce document de la Bibliothèque du Parlement, le CRM compte 21 membres, et 10 postes sont vacants. . .

M. Tom Curren (attaché de recherche du comité): C'est ce que je crois.

M. Pagtakhan: . . .et 11 noms figurent sur la liste du décret, ce qui veut dire qu'il y a une personne de plus qu'il n'y a de postes vacants. Pour sept de ces personnes, il s'agit d'un renouvellement de nomination. Combien y a-t-il de postes vacants au total?

[Text]

[Translation]

Mr. Curren: Ten.

Mr. Pagtakhan: Yes, I know there are still 10. You studied the Spanish I did.

The Chairman: He didn't get the research job for nothing, come on.

Mr. Curren: There are 11 names on the list. Seven are reappointments, four are new appointments. That still leaves a vacancy of 10. There's provision in the act for 21 members, but there are only 11 members.

Mr. Pagtakhan: That's right. So at the end of the day, we still have 10 vacancies.

Mr. Curren: That's correct.

Mr. Pagtakhan: The reason I asked that, Mr. Chair, is that we have a suggestion by the parliamentary secretary. Since the council is capable of absorbing 10 more members after this list is exhausted, and considering the discussion on the table minutes ago, I think it is appropriate for us to recommend that in the next round of appointees we consider one with a background in bioethics or a related discipline.

The Chairman: I have an even better idea, if I might be so presumptuous to say. I believe this subject of Order in Council appointments has two or three members of the committee particularly excited. I suggest that we establish a subcommittee to focus on this issue, that the subcommittee consist of Rey Pagtakhan, Hedy Fry and Grant Hill, with Rey as the chairperson, and bring a recommendation to the committee.

Ms Fry: With all due respect, I really don't think that's necessary.

The Chairman: I'll tell you what I think is necessary. I'm watching the committee, and apart from two or three people, everybody else is bored to tears with the issue. If you want to pursue the issue, we're going to do it with a subcommittee; we're not doing it in the full committee. We've already been here an hour and a half. If there's a wish to pursue the subject of Order in Council appointments—we've spent 20 minutes on this issue already—let's focus on the issue by way of a subcommittee and then come back with your thoughts. If there's no wish to pursue it, let's drop it right here. That's my view.

• 0945

Mr. Szabo: Mr. Chairman, I think it's unfair to say people are bored to tears, because I think everybody has spoken on the issue. You have advised us that there is really nothing we can do about this and therefore the committee is really not here to take any decisions. So I assume that effectively what we've done is move receipt for information and that's it, and that's done.

The Chairman: Sorry, but what we've done is what?

Mr. Szabo: In municipal politics I think the motion is to move receipt. It's simply to acknowledge that it's been before this committee but we haven't really advanced it at all. It just is, and we're aware of it. That's fine, and I don't think anybody is asserting we should do anything further with those appointments.

M. Curren: Dix.

M. Pagtakhan: Oui, je sais qu'il y en a encore 10. Nous avons eu tous deux le même enseignement en espagnol.

Le président: Voyons, ce n'est pas pour rien qu'il a eu son emploi d'attaché de recherche.

M. Curren: Il y a les noms de 11 personnes sur la liste. Pour sept d'entre elles, il s'agit d'un renouvellement de nomination, et pour quatre ce sont de nouvelles nominations. Il reste donc 10 postes vacants. La loi prévoit 21 membres, mais il n'y a que 11 membres.

M. Pagtakhan: C'est exact. En définitive, il reste 10 postes vacants.

M. Curren: C'est exact.

M. Pagtakhan: Si je pose la question, monsieur le président, c'est que la secrétaire parlementaire a fait une suggestion. Étant donné que le conseil peut absorber 10 membres supplémentaires en plus de la liste, et étant donné la discussion que nous avons eue il y a quelques instants, je pense qu'il est bon que nous recommandions que pour la prochaine série de nominations, on envisage une personne ayant des connaissances en bioéthique ou dans une discipline apparentée.

Le président: J'ai une meilleure idée encore, si je puis me le permettre. Je crois que cette question des nominations par décret énerve deux ou trois membres du comité en particulier. Je propose de créer un sous-comité qui s'occupera de la question et que ce sous-comité soit formé par Rey Pagtakhan, Hedy Fry et Grant Hill, que Rey le préside et qu'il fasse une recommandation au comité.

Mme Fry: Si j'ose me le permettre, je ne pense vraiment pas que ce soit nécessaire.

Le président: Je vais vous dire ce que je crois nécessaire. D'après ce que je vois, en dehors de deux ou trois personnes, tous les autres membres du comité s'ennuient à mourir. Si vous voulez pousser plus loin cette question, cela se fera en sous-comité; nous n'allons pas le faire en comité. Voilà déjà une heure et demie que nous sommes ici. Si vous voulez continuer à discuter de la question des nominations par décret—and nous avons déjà consacré 20 minutes à ce sujet—donnons à un sous-comité la possibilité d'approfondir cela et de nous soumettre ensuite ses réflexions. Si on ne souhaite pas aller plus loin, qu'on en reste là. Voilà ce que je pense.

M. Szabo: Monsieur le président, je ne pense pas qu'il soit juste de dire que presque tout le monde s'ennuie à mourir. En effet, tout le monde avait quelque chose à dire sur la question. Vous nous avez indiqué que nous ne pouvions vraiment rien faire à ce propos et que le comité n'a pas vraiment à prendre de décision. Je suppose donc qu'en vérité, ce que nous avons fait, c'est accuser réception pour information, un point, c'est tout.

Le président: Excusez-moi, qu'avons-nous fait?

M. Szabo: En politique municipale, je pense que l'on parle d'une motion d'accusé de réception. Cela sert tout simplement à reconnaître que le document a été transmis au comité, mais que rien n'a été fait à son propos. Ce document existe, tout simplement, et nous en avons pris connaissance. C'est parfait, et je ne pense pas que qui que ce soit prétende que nous devrions faire quoi que ce soit d'autre à propos de ces nominations.

[Texte]

However, I think the recommendation about the bioethicist is a constructive one. It shows that at least somebody here was thinking and has passed on some information advancing this, and I don't see that it's going to be a difficulty for anyone to pass on that information to those who are going to be involved in subsequent appointments.

With regard to how we deal with these in future, I think that if there is a will among the committee members to in fact be involved or if the direction is to be involved in appointments before they are *faits accomplis*, we shouldn't be afraid to ask for more information simply from an educational standpoint. I don't think there's any presumption of adequacy or inadequacy. It's certainly another indicator that the committee has an interest and would like to discharge responsibilities as long as they're not the rubber stamp issue.

But I don't think we have to be unkind about the attitude of members here about Order in Council appointments. It is an important political issue, and quite frankly, as a member I would have some difficulty being associated with appointments that I had not reviewed but that were attributed to having my review or consideration. So please don't impose them on us if there is not in fact a requirement and an opportunity to do the job properly.

The Chairman: Don't interpret my frankness for unkindness. I was bored to tears. But more to the point—and this goes to my job as chairperson—I just sensed there were two or three members of the committee who wanted to pursue this and had some thoughts on it, and I don't think, given the other issues the committee has to deal with, we can take disproportionate amounts of time in full committee to discuss Order in Council appointments. So we have to be structured on that.

My suggestion of a subcommittee was not tongue in cheek. If this is an issue that seizes some members of the committee, we ought to focus our thinking before it comes here.

Now, as to the bio—what's the animal called?

Ms Miller-Chenier: Bioethicist.

The Chairman: I don't know if this thing has four legs or two. You can come in if you're a specialist. I couldn't look at that list and tell you, and that's the danger of making motions. Rey spots the need here, and I'll spot the fact there's no blonde on the committee. Where does it stop? Somebody needs to give us in a structured way an overview of this before we rush into making recommendations about putting this kind of a person and... That's what you've got to avoid as a committee, "motionitis", making resolutions for the sake of making resolutions.

That's what I was cautioning the committee against, in effect, that if there's some feeling, some sentiment, that we need to focus on this, the way to place the focus is in a small subcommittee where two or three people who have a particular

[Traduction]

Toutefois, j'estime que la recommandation concernant l'inclusion d'un bioéthicien est un élément positif. Cela démontre que parmi nous il y avait au moins une personne qui réfléchissait et qui a transmis une information pour faire avancer le dossier. Je ne pense pas d'ailleurs que cela crée de difficulté de faire passer cette information à ceux et celles qui seront chargés des prochaines nominations.

En ce qui concerne la manière dont nous envisagerons ces nominations à l'avenir, je pense que si les membres du comité souhaitent véritablement participer activement ou s'intéresser à la question avant que les nominations ne soient des faits accomplis nous ne devrions pas hésiter à demander de plus amples renseignement tout simplement pour élargir le champ de nos connaissances. Je ne pense pas que cela soit une indication de compétence ou d'incompétence en la matière. C'est certainement un autre signe que le comité s'intéresse à la question et voudrait s'acquitter de ses responsabilités, tant qu'il ne s'agit pas de donner une approbation automatique.

Mais je ne pense pas qu'il faille considérer négativement l'attitude de certains membres du comité à propos des nominations par décret. C'est une question politique importante, et je vous dirai bien franchement que j'aurais de la difficulté à accepter que, parce que je siège au comité, mon nom soit associé à certaines nominations que je n'aurais pas examinées. Je vous prie donc de ne pas faire de cela, un exercice imposé si, en réalité, il n'y a aucune obligation en ce sens et si nous n'avons pas l'occasion de faire notre travail comme il faut.

Le président: Ma franchise n'avait rien de méchant. Je m'ennuyais à mourir. Mais, ce qui est plus important—en ce qui concerne mon rôle de président—j'ai pu voir que deux ou trois membres du comité s'intéressaient à la question et avaient des choses à dire à ce propos, et je ne pense pas, étant donné les autres questions que le comité doit étudier, que nous devrions passer trop de temps en séance plénière pour discuter de nominations par décret. Il faut donc suivre une certaine procédure.

Lorsque j'ai suggéré que nous nommions un sous-comité, ce n'était pas une plaisanterie. Si la question revêt de l'importance pour certains membres du comité, il faudrait en dégager les éléments principaux avant qu'elle ne soit examinée par le comité.

En ce qui concerne le bio—comment appelle-t-on cet animal déjà?

Mme Miller-Chenier: Bioéthicien.

Le président: Je ne sais pas si cet animal a deux ou quatre pattes. Si vous êtes spécialiste, vous le savez. Je ne pourrais pas vous le dire en regardant cette liste, et c'est là le danger de proposer des motions. Rey a tout de suite vu ce qui manquait sur cette liste, et moi je vois tout de suite qu'aucune blonde ne siège au comité. Jusqu'où cela peut-il aller? Il faut que nous ayons un point de vue structuré sur la question avant de nous précipiter et de recommander que l'on nomme telle ou telle personne et... C'est ce que tout comité devrait éviter, la «motionite», faire des propositions pour le plaisir.

Ce que j'essayais de faire comprendre au comité, c'est que si certains membres veulent étudier la question plus avant la manière de procéder, c'est de donner à un petit sous-comité de deux ou trois personnes qui ont un intérêt particulier pour le

[Text]

interest in those subjects can give the full committee the benefit of their wisdom. The choice is between doing that or dropping the subject. I don't think we should sit here ad nauseam and just pool. . . I was going to say our collective ignorance on the issue, because unless the rest of you know more about Order in Council appointments than I do, it is collective ignorance.

Mr. Pagtakhan: I move that we strike a subcommittee to study this issue.

• 0950

Ms Fry: Mr. Chairman, I agree with my colleague here who has decided that there is a feeling of a pejorative attitude from you, Mr. Chair. I don't believe any of us were trying to push an issue. You may have been bored; I don't necessarily know that means everyone else around the table was bored.

It's my understanding that one of the reasons for a committee is to discuss issues. If people around here on a health committee don't know what a bioethicist is, then it is time they knew. It is time they listened and asked what it was.

I think this is an information session just as much as anything else. I think people on a health committee should know what a bioethicist is. It is not an animal with four legs. It simply has to do with one of the major issues that was brought up as a point for consideration by this committee around the table, which had to do with the fact that we need to look at the ethical considerations of our new technology. And since this is a research committee it is very appropriate that someone should mention, as Dr. Pagtakhan did, that it was missing. I think originally what I was asking you was whether it was appropriate to discuss that or not. If it is inappropriate, tell us that, and then we wouldn't carry any further.

I got the feeling from you that it was appropriate, Mr. Chair. I am sorry if I continued this discussion, and I would like to end it now. I would like to vote against the motion that we make a subcommittee on this.

The Chairman: I don't know what a bioethicist is. I can't even say the word. I don't know. That might be a gap in my education, but I don't know. I don't know what that specialty involves. I don't know, and I said so.

I don't think there is any particular bias from the chair except on one important point, and I laid this one out to you at our first meeting a couple of weeks ago. It is that I don't think we should take two hours saying what we can say in one hour, or five hours saying what we can say in three hours. One of my objectives in the chair is to try to see your time used as effectively as possible. One of the ways I can do that is to refer certain issues to subcommittees, and that was the burden of what I was trying to say to you a few minutes ago.

Those who know me know I have a rather folksy way of saying it. I happen to know this bioperson doesn't have four legs either. I didn't mean that. But if I have to apologize for my jokes, too, I will stop using my jokes.

[Translation]

sujet le mandat de fournir au comité plénier le résultat de sa recherche. Nous avons le choix: procéder ainsi ou ne pas aller plus loin. Je ne pense pas que nous devrions continuer ce genre de discussion ad nauseam et mettre en commun. . . j'allais dire: notre ignorance collective sur la question, parce que, à moins que vous n'en sachiez plus que moi sur les nominations par décret, il s'agit bien d'ignorance collective.

M. Pagtakhan: Je propose que nous nommions un sous-comité qui étudiera la question.

• 0950

Mme Fry: Monsieur le président, j'approuve mon collègue qui considère que vous manifestez en l'occurrence une attitude péjorative. Je ne pense pas que quiconque parmi nous essayait d'en faire une affaire. Il se peut que vous vous soyez ennuyé ferme, mais il ne faudrait pas nécessairement en conclure qu'il en était de même pour tout le monde ici présent.

Je considère qu'un comité a pour raison d'être, entre autres, d'étudier les problèmes. Si des membres d'un comité de la santé ignorent ce qu'est un bioéthicien, il serait temps qu'ils l'apprennent. Ils devraient se mettre à écouter et à poser des questions.

Je pense que cette réunion est tout autant une séance d'information qu'autre chose, et que les membres d'un comité de la santé devraient savoir ce qu'est un bioéthicien. Il ne s'agit pas d'un animal à quatre pattes. Ce dont nous parlons ici renvoie à l'une des principales questions dont a été saisi le comité, à savoir la nécessité d'envisager la nouvelle technologie du point de vue de l'éthique. Notre comité étant un comité de recherche, il est tout à fait approprié que quelqu'un en fasse remarquer l'absence, comme l'a fait M. Pagtakhan. Au départ, je crois que je vous ai demandé si vous pensiez qu'il serait indiqué d'en discuter ou non. Si vous pensez que ce n'est pas indiqué, dites-le nous, et les choses en resteront là.

Vous m'avez donné l'impression, monsieur le président, que c'était indiqué. Je m'excuse d'avoir prolongé la discussion, et je vais maintenant terminer. Je souhaite voter contre la motion proposant la création d'un sous-comité chargé d'étudier cette question.

Le président: Je ne sais pas ce qu'est un bioéthicien. J'ai même du mal à prononcer le mot. Je ne le sais tout simplement pas. Il s'agit peut-être d'une lacune dans mon éducation, mais c'est comme ça. Je ne sais pas de quoi s'occupe cette spécialité. Je ne le sais pas, et je ne m'en cache pas.

Je ne pense pas que la présidence manifeste une quelconque partialité, sauf pour une chose importante dont je vous ai informés lors de notre première réunion il y a une quinzaine de jours, à savoir que l'on ne devrait pas consacrer deux heures à ce qui pourrait ne prendre qu'une heure, ou prendre cinq heures pour dire ce qui pourrait être dit en trois. L'un de mes objectifs en tant que président, c'est d'essayer d'employer notre temps aussi efficacement que possible. Une des façons d'y parvenir, c'est de confier l'étude de certains problèmes à des sous-comités. C'est ce que j'ai essayé de vous dire il y a quelques minutes.

Ceux qui me connaissent savent que j'ai une façon très colorée de dire les choses. Je sais parfaitement que ce bio quelque chose n'est pas un animal à quatre pattes, et ce n'est pas ce que je voulais laisser entendre. S'il faut que je me mette en plus à m'excuser de mes plaisanteries, je ne plaisanterai plus.

[Texte]

The discussion is on the motion by Rey. Is there any other discussion?

Mr. Szabo: Two members have House duty now. We have to leave shortly.

Mr. Hill: I just wonder if the discussion could be shortened by a motion from this committee that Order in Council appointments come to this committee as soon as possible before they are *faits accomplis*. That would satisfy my desire to register this philosophical point.

The Chairman: On that point, first of all we are caught in the time warp that these appointments were made during the dissolution. We got them as soon as the committee was struck. That's number one. Number two, we have no control over when they come there. That is out of our hands.

Mr. Hill: But surely a committee of Parliament should be able to suggest to the Government of Canada, however we do this.

The Chairman: That could be one of the issues that the committee Rey is advocating in his motion could deal with, because as I understand the motion, it is to look at the issue of how the committee handles Order in Council appointments, and make a recommendation back to the committee.

Is there anything else before we put the question? The motion is that we strike a subcommittee to advise the committee on the issue of Order in Council appointments.

Motion agreed to

The Chairman: We had better appoint the subcommittee. I would suggest that it be the three people I mentioned earlier, if that is agreeable to those three persons—Rey as chair, and Hedy and Grant be on the committee. Are all agreed?

• 0955

Some hon. members: Agreed.

The Chairman: Before you go, would the steering committee stay behind for literally one minute.

The committee stands adjourned.

Tuesday, April 12, 1994

• 1001

The Chairman: Good morning, Mr. Foster. I'd like you to introduce your other two witnesses.

Mr. Kent Foster (Assistant Deputy Minister, Health Protection Branch, Health Canada): Mr. Chairman, I'd like to introduce Carole Lacombe from the Health Protection Branch. The Tobacco Products Control Act falls within her domain. Dr. Murray Kaiserman, also with the Health Protection Branch, should be able to assist us in the technical details and interpretations. I also have with me Catherine Lane from the Health Promotion and Services Branch in case there are

[Traduction]

La discussion porte sur la motion proposée par Rey. Y a-t-il d'autres intervenants?

M. Szabo: Deux membres doivent se rendre maintenant à la Chambre des communes. Nous devrons partir très bientôt.

M. Hill: Je me demande si l'on ne pourrait pas accélérer la discussion au moyen d'une motion du comité proposant que les nominations par décret soient envoyées à notre comité dès que possible et avant qu'elles ne deviennent des faits accomplis. Sur le plan des principes cela me satisferait.

Le président: À cet égard il faut dire tout d'abord que la chronologie de ces nominations était brouillée du fait qu'elles ont été faites après la dissolution du Parlement. Nous les avons reçues dès l'établissement du comité. Deuxièmement, nous ne décidons pas du moment où elles nous sont transmises. C'est une chose sur laquelle nous n'avons aucun contrôle.

M. Hill: Un comité parlementaire devrait pourtant pouvoir suggérer au gouvernement du Canada la façon dont on devrait procéder en la matière.

Le président: Cela pourrait être l'une des questions que le comité que recommande Rey dans sa motion pourrait examiner. Je crois comprendre que ce que Rey envisage, c'est d'examiner la façon dont sont gérées les nominations par décret et de nous faire une recommandation à cet effet.

Y a-t-il autre chose avant que la question ne soit mise aux voix? La motion propose la création d'un sous-comité chargé de conseiller le comité à propos des nominations par décret.

La motion est adoptée

Le président: Il nous reste à nommer les membres du sous-comité. Je propose que ce soit les trois personnes mentionnées précédemment, si elles sont d'accord: Rey comme président, et Hedy et Grant comme membres. Est-ce que tout le monde est d'accord?

Des voix: D'accord.

Le président: Avant que vous ne quittiez la salle, je demanderais au comité directeur de rester une minute.

La séance est levée.

Le mardi 12 avril 1994

Le président: Bonjour, monsieur Foster. Je vais vous demander de nous présenter les deux autres témoins.

M. Kent Foster (sous-ministre adjoint, Direction générale de la protection de la santé, Santé Canada): Monsieur le président, je vous présente Carole Lacombe, de la Direction générale de la protection de la santé. La Loi réglementant les produits du tabac relève de ses responsabilités. Quant à M. Murray Kaiserman, également de la Direction générale de la protection de la santé, il devrait pouvoir nous aider pour ce qui est des détails techniques et des interprétations. Je suis

[Text]

questions concerning the promotional side of the national tobacco demand strategy.

The Chairman: Thank you.

On behalf of the committee, I want to thank the witnesses from the Department of Health for giving a copy of the brief to us yesterday, which of course we've absolutely digested. You can assume that the brief has been read and therefore there's no need to read it to us. I hope, Dr. Foster, that you will give us the briefest of opening statements to give us as much time as possible for questions and answers. I remind the committee, since this is our first hearing, that we'll do the agreed-on rotation of members in terms of who speaks first and for how long a time.

Mr. Foster.

[Translation]

également accompagné de Catherine Lane, de la Direction générale des services et de la promotion de la santé, au cas où il y aurait des questions au sujet de la stratégie nationale visant à faire face à la demande de tabac.

Le président: Merci.

Au nom du comité, je tiens à remercier les témoins du ministère de la Santé de nous avoir envoyé un exemplaire de leur mémoire hier, ce qui nous a bien sûr permis de l'assimiler complètement. Je peux vous assurer que le mémoire a été lu et que vous n'aurez pas besoin de nous le relire. Monsieur Foster, j'espère que votre déclaration d'ouverture sera la plus courte possible, ce qui nous donnera plus de temps pour vous poser des questions. Puisque c'est notre première audience, je rappelle aux membres du comité que nous nous sommes mis d'accord sur l'ordre des interventions et sur leur durée.

Monsieur Foster.

• 1005

Mr. Foster: Thank you, Mr. Chairman. Your messages are clear. I had prepared opening remarks for the committee that were to complement the book; I appreciate the briefing book is full of details, and I fully understand you may not have had time to digest them to the extent you would have liked. My briefing was to be in two parts, based on what the chair has asked me to do. I will not talk about the general circumstances surrounding the tobacco strategy. I will stick to the first part of my briefing, which deals with the plain packaging issue that the committee is going to look at.

On February 8 the government did announce a national action plan in order to combat tobacco smuggling in Canada. An element of that four-point national action plan was an intensive anti-smoking campaign. Health Canada has termed that its tobacco demand reduction strategy.

The health component of the government's overall strategy is composed of legislative and regulatory measures and a comprehensive public education campaign.

A health promotion surtax on tobacco manufacturing profits will fund the anti-smoking campaign. As well, the government asked this committee to look at plain packaging. I will try to situate that request in the context of the strategy.

The department plans to complement this study by looking at plain packaging and its impact on consumers from a marketing perspective. We have been talking to federal, provincial, and territorial officials and there has been strong interest expressed in the plain packaging issue. There is a consensus that this could be a major step and a major plank in the strategy for the reduction in the consumption of tobacco and tobacco products.

The major national non-governmental health groups have also showed great interest and a strong desire to see this particular initiative be pursued by government.

M. Foster: Merci, monsieur le président. Votre message est très clair. J'avais préparé une déclaration d'ouverture pour compléter le dossier, car, en effet, ce dossier d'information est particulièrement détaillé, et je comprends fort bien que vous n'avez pas eu le temps de l'assimiler autant que vous l'auriez voulu. Mon introduction était en deux parties, mais pour accéder aux désirs du président, je ne parlerai pas des circonstances générales qui entourent la stratégie du tabac. Je m'en tiendrai en effet à la première partie de cette introduction, qui discute de la banalisation des emballages, le sujet qui intéresse le comité.

Le 8 février, le gouvernement a annoncé un plan national de lutte contre la contrebande au Canada. Un des quatre éléments principaux de ce plan est une campagne intensive de lutte contre le tabagisme. C'est ce que Santé Canada a appelé une stratégie pour réduire la demande de tabac.

La composante de la stratégie gouvernementale sur la santé comprend des mesures législatives et réglementaires, de même qu'une importante campagne de sensibilisation du public.

Une surtaxe sur les profits de la fabrication du tabac financera les initiatives de lutte contre le tabagisme. De plus, le gouvernement a demandé au Comité permanent de la santé d'étudier la question de l'emballage neutre; je vais essayer de situer cette demande dans le contexte de la stratégie.

Le ministère a l'intention de compléter le travail du comité par une étude sur l'emballage et son impact sur les consommateurs du point de vue du marketing. Lors d'une réunion fédérale-provinciale—territoriale de représentants de la santé, les participants ont témoigné d'un vif intérêt pour la question de l'emballage neutre. On pense généralement que cette étude pourrait être une étape majeure, en particulier pour la stratégie visant la réduction de la consommation du tabac et des produits du tabac.

Les principaux organismes non gouvernementaux dans le domaine de la santé ont également fait preuve d'un grand intérêt pour la question et souhaitent vivement voir le gouvernement persévirer dans cette voie.

[Texte]

The committee work will be essential for us in terms of who you will hear and what the witnesses will present related to this issue.

What do we mean by plain packaging?

Avant d'aller plus loin, je crois qu'il serait utile de clarifier ce que nous entendons par le terme «emballage neutre».

Un emballage neutre est un emballage sans caractéristique distinctive ou utilisation de marque de commerce. Les cigarettes seraient vendues dans des emballages qui seraient identiques en apparence et de la même couleur.

Que nous sachions, seulement deux études majeures ont été réalisées sur l'emballage neutre, une par la Société canadienne du cancer et l'autre pour le compte du gouvernement australien.

The conclusions of these two studies suggest there may be an impact produced by plain packaging on smoking consumption patterns, particularly in theuptaking of smoking by young persons.

How does plain packaging get positioned in the tobacco control framework? Plain packaging could be a part of a comprehensive framework controlling products. Canada has been recognized as a leader in tobacco control measures.

Generally speaking, the price of tobacco products is influenced through taxation policy. We control accessibility, advertising, and promotion and require health warning messages through our federal legislations.

Smoking is prohibited in many work and public places, and, finally, health promotion and education activities impact on attitudes and behaviour vis-à-vis the use of tobacco.

Plain packaging would be an additional measure to control tobacco products that would impact particularly on the marketing of these products.

Our study will examine the purpose of packaging and its impact on consumers from a marketing perspective, including plain packaging. The Health Canada study will complement the other studies, the two I have mentioned, which are looking at consumer attitudes towards plain packaging.

The work of the committee is going to be critical to that endeavour by the department.

We think the important part will be the views of the different groups and experts on this subject and the report that would emerge from the committee's findings. The committee will contribute, obviously, to the understanding of the issue, and should it be decided that legislation is the way to go, it can't be done without this kind of a public hearing and this kind of exchange of information as to what these particular groups feel the issue has to bring.

That was part one of my remarks. The others concern tobacco and health in Canada, and the tobacco issue more generally. I'm prepared to give them to you if you wish—they are about the same length—or to defer to your request to begin questioning.

[Traduction]

Le travail du Comité permanent de la santé, les témoins que vous entendrez et ce qu'ils viendront vous dire, tout cela est d'une grande importance pour nous.

Qu'entendons-nous par emballage neutre?

Before going on, it would be useful to clarify what we mean by "plain packaging."

Plain packaging is a packaging without any distinctive feature or use of trademark. The cigarettes would be sold in packages that would be identical in appearance and of the same colour.

So far, to our knowledge, only two major studies have been done on plain packaging. One by the Canadian Cancer Society and one for the Australian Government.

Selon les conclusions de ces études l'emballage neutre pourrait influencer le comportement des personnes qui fument, particulièrement l'attitude des jeunes qui seraient sur le point de commencer à fumer.

Comment l'emballage neutre se positionne-t-il par rapport au cadre de contrôle du tabac? L'emballage neutre pourrait faire partie d'un cadre global de contrôle du tabac. Le Canada est reconnu sur le plan international comme un leader en ce qui a trait au contrôle du tabac.

De manière générale, le prix des produits du tabac est influencé par les politiques de taxation; nous contrôlons l'accès, la publicité et la promotion et nous exigeons des messages relatifs à la santé par nos lois fédérales.

Fumer est interdit dans plusieurs lieux de travail et endroits publics; finalement les programmes de promotion de la santé et d'éducation du public influencent les attitudes et les comportements à l'égard de l'usage du tabac.

L'emballage neutre serait une mesure additionnelle de contrôle du tabac qui aurait une influence particulière sur la mise en marché de ce produit.

Notre étude examinera la question de l'emballage et son influence sur les consommateurs du point de vue de la commercialisation, y compris l'emballage neutre. L'étude de Santé Canada complétera les autres études qui examinent les attitudes des consommateurs en regard de l'emballage neutre.

Le travail du comité sera très utile pour le ministère.

Les opinions des différents groupes et experts, ainsi que les conclusions du comité, voilà autant d'éléments particulièrement importants. Évidemment, le comité contribuera à la compréhension de cette question, et, si la voie législative s'avérait appropriée, on ne saurait procéder sans ces audiences publiques et sans les échanges d'informations qui s'imposent quant à la position des différents groupes.

Voilà pour la première partie de mes observations. La seconde partie porte sur le tabac et la santé au Canada et la question du tabac en général. Si vous le désirez, je peux vous lire cette partie également—elle est à peu près de la même longueur—mais si vous la préférez, nous pouvons passer aux questions.

[Text]

The Chairman: Is the witness saying that he has this as part of his statement, the generality?

Mr. Foster: I would comment briefly on the Tobacco Products Control Act and what it does to—

The Chairman: To what is under examination.

Mr. Foster: I beg your pardon?

The Chairman: If you think it's relative to what's under examination.

Mr. Foster: I'm trying to make up for the lack of time people might have had to look at a couple of those issues. I think it is relevant, Mr. Chair.

The Chairman: All right.

Mr. Foster: I'll be as brief as I can be.

The Chairman: Go ahead.

Mr. Foster: Tobacco is considered to be the number one preventable cause of premature death and disease. Twenty percent of all deaths are smoking related.

While lung cancer is the most recognized health problem associated with smoking, more people die from smoking-related heart diseases. It's estimated that about 300 non-smoking Canadians die each year from the effects of environmental tobacco smoke; that is, second-hand smoke. These figures give you an idea of the effect on the health care system.

Health Canada administers two federal statutes controlling tobacco products.

The Tobacco Products Control Act, known as TPCA, is the cornerstone act in the government's strategy. It restricts advertising and promotion, prescribes some features of the package—that is, health warnings and toxic constituent information—and requires manufacturers to provide information on constituents, sales, sponsorship activities, and signs.

On September 12, new and stronger health warnings on packages will come into effect.

The Tobacco Products Control Act has been challenged by the tobacco companies and the matter is now before the Supreme Court of Canada.

I understand, Mr. Chair, that witnesses from the Department of Justice will explain the case before the committee at a later date.

The Tobacco Sales to Young Persons Act was proclaimed on February 8, 1994. It raises the minimum age of persons to whom tobacco products can be sold from 16 to 18 years; it bans vending machines from public places, except in bars, taverns, and similar beverage rooms; and it obliges retailers to display a sign informing that they cannot sell tobacco to persons under 18 years of age.

We work closely with the provinces, and of course with the territories and non-governmental organizations, in the delivery of our public education programs. A public awareness campaign, including television, radio, and outdoor advertising, will be part of this tobacco demand reduction strategy.

[Translation]

Le président: Le témoin veut-il dire que cela fait partie de sa déclaration, les généralités?

M. Foster: Ce sont des commentaires très rapides au sujet de la Loi réglementant les produits du tabac et de ses effets...

Le président: Sur ce que nous étudions.

M. Foster: Pardon?

Le président: Si vous pensez que cela a un rapport avec le sujet de notre étude.

M. Foster: J'essaie de compenser, car vous n'avez probablement pas eu le temps d'approfondir ces aspects-là. Je crois que cela est pertinent, monsieur le président.

Le président: Très bien.

M. Foster: Je ferai le plus vite possible.

Le président: Allez-y.

M. Foster: Le tabac est considéré comme la cause numéro un de décès prématrés et de maladies qu'il serait possible d'éviter. Vingt p. 100 de tous les décès sont attribuables au tabac.

Quoique le cancer des poumons soit le problème de santé le plus souvent associé au tabagisme, plus de personnes meurent de maladies cardio-vasculaires causées par le tabac. On estime qu'environ 300 Canadiens non fumeurs meurent chaque année à cause de la fumée de tabac présente dans l'air ambiant, la fumée par personne interposée. Ces données vous donnent une idée des effets du tabac sur le système de santé.

Santé Canada applique deux lois fédérales qui réglementent les produits du tabac.

La Loi réglementant les produits du tabac est la pierre angulaire de la stratégie du gouvernement. Elle limite la publicité et la promotion, impose certaines mentions sur les emballages, des mises en garde pour la santé et des informations sur les composantes toxiques, et elle exige que les fabricants fournissent des informations sur ces composantes, sur leurs ventes, leurs activités de parrainage, et les panneaux publicitaires.

Le 12 septembre, les paquets de cigarettes porteront de nouvelles mises en garde, encore plus sévères.

La Loi réglementant les produits du tabac a été contestée par les compagnies de tabac, et ce litige est présentement devant la Cour suprême du Canada.

Monsieur le président, je crois comprendre que des représentants du ministère de la Justice témoigneront devant le comité à ce sujet prochainement.

La Loi sur la vente du tabac aux jeunes a été promulguée le 8 février 1994. Elle fait passer de 16 à 18 ans l'âge des personnes à qui on peut vendre des produits du tabac. Elle interdit les appareils distributeurs de produits du tabac dans les endroits publics, sauf dans les bars, les tavernes et les autres débits de boissons; enfin, elle oblige les détaillants à mettre dans leurs commerces une affiche indiquant qu'ils ne peuvent vendre du tabac à des personnes qui ont moins de 18 ans.

Nous travaillons de très près avec les provinces, les territoires et les organismes de santé à la mise en oeuvre de nos programmes de sensibilisation du public. Une campagne de sensibilisation du public, qui comprend des annonces télévisées et radiophoniques ainsi que des panneaux publicitaires à l'extérieur, s'insère dans cette stratégie de réduction de la demande de tabac.

[Texte]

À la suite de l'annonce du premier ministre, le 8 février 1994, Santé Canada est en train de développer et de mettre en place une stratégie de réduction de la demande du tabac. Cent quatre-vingt-cinq millions de dollars ont été alloués à cette stratégie pour une période de trois ans.

Les composantes principales en sont: législation et mise en application des lois; éducation et promotion; campagne médiatique nationale; recherche; et surveillance de la consommation.

Reducing tobacco use is a priority of the department. Dr. Kaiserman, Carole Lacombe, Catherine Lane, and I are prepared to answer your questions.

The Chairman: Thank you, Mr. Foster.

Given that this is the first hearing, I want to send out a couple of signals, because I'm conscious that future witnesses may be in the room. The chair is allowed some latitude, given that the initial witnesses are, first, the first ones here, but, second, from the Department of Health, and we're looking to the department for some advice on some matters. So there is a fair amount of latitude this morning. That's why we scheduled an extended period with the witnesses from the department.

• 1015

Having said that, I hope that witnesses will keep in mind that we are not here to determine the effects of tobacco consumption. So this is not the place to revisit those issues, many of which have already been decided, the desirability of reducing tobacco consumption, etc. That is not our mandate. Our mandate is to look at the feasibility of plain packaging.

I want to give notice to witnesses that we can make most use of their time before the committee if we stay with that particular issue. I am hoping we won't hear over the next few weeks a repetition of matters to do with tobacco consumption, which are completely unrelated to the issue of whether we should go with plain packaging or not, because that is what the committee has to make a recommendation on come the middle of June.

Witnesses will also be aware, once they get contacted, that while some of them have been designated an hour, because of the large number of witnesses who have come forward, most of the witnesses will have just a half-hour before this committee. This brings me to my second point. I hope witnesses will come with the assumption that the committee has done its homework, which it has, and that there is no need to have great, long-winded statements—yours have been great, but not long-winded. I want witnesses to presume that the briefest of opening statements will be enough, and statements specifically on the point of plain packaging.

We have no questioners.

We will go to Mr. de Savoye first and then Ms Grey.

[Traduction]

Further to the Prime Minister's announcement of February 8, 1994, Health Canada is developing and implementing a Tobacco Demand Reduction Strategy. We will spend \$185 million on this strategy over the next three years.

The main components are: enforcement and legislation; education and promotion; national media campaign; research; and monitoring of consumption.

La réduction de la consommation de tabac est une des priorités du ministère. M. Kaiserman, M^{me} Carole Lacombe, M^{me} Catherine Lane et moi-même sommes maintenant prêts à répondre à vos questions.

Le président: Merci, monsieur Foster.

Comme c'est notre première audience, je tiens à faire quelques mises au point, car il y a peut-être parmi nous de futurs témoins. Comme ces témoins sont nos premiers témoins, et comme de plus ils représentent le ministère de la Santé, à qui il nous arrive fréquemment de demander des conseils, le président pense avoir une certaine latitude. Nous avons donc pas mal de latitude ce matin, et, pour cette raison, nous avons prévu du temps supplémentaire pour les témoins du ministère.

Cela étant dit, les témoins se souviendront que nous ne sommes pas ici pour déterminer les effets de la consommation de tabac. Nous ne sommes donc pas ici pour revenir sur ces questions-là, et, de toute façon, dans de nombreux cas ce sont des décisions qui ont déjà été prises, la nécessité de réduire la consommation de tabac, etc. Tel n'est pas notre mandat. Si nous sommes ici, c'est pour étudier la possibilité d'imposer des emballages banalisés.

Je rappelle donc aux témoins que pour profiter au maximum du temps dont nous disposons, nous devons nous en tenir à cette question. J'espère donc qu'au cours des semaines à venir nous ne reviendrons pas sur la question de la consommation, qui n'a absolument rien à voir avec la banalisation. Or, c'est justement sur la banalisation que le comité doit faire des recommandations à la mi-juin.

Les témoins vont également constater qu'on a accordé une heure d'audience à certains d'entre eux, mais que pour la majorité, ils ne disposeront que d'une demi-heure. Cela est inévitable, étant donné le très grand nombre de témoins qui ont demandé à comparaître. Cela m'amène à ma seconde observation; les témoins doivent considérer que les membres du comité arrivent aux séances bien préparés, ce qui est effectivement le cas, et que par conséquent ils n'ont pas besoin de faire des déclarations interminables. La vôtre, monsieur, était excellente, pas interminable. Les témoins doivent donc considérer qu'une très courte déclaration suffit, et une déclaration qui porte exclusivement sur la question de la banalisation des produits du tabac.

Personne ne veut poser de questions.

Je vais donner la parole à M. de Savoye, qui sera suivi de M^{me} Grey.

[Text]

The first round, for the benefit of the witnesses and the public, is 10 minutes, including questions and answers, in the order of official opposition, the other opposition party, and the government party. After that, we do the same round, but five minutes each. The timeframe, whether 10 or 5, should include the question and the answer. So I ask members to leave enough time for the witness to answer.

Mr. de Savoye.

M. de Savoye (Portneuf): Monsieur Foster, j'aimerais avoir vos commentaires sur deux points.

Premièrement, vous dites que le travail de notre Comité sera très utile pour le ministère, mais dans le même paragraphe, vous dites aussi que Santé Canada est sur le point d'entreprendre une étude.

Est-ce que les résultats de cette étude pourraient être utiles au Comité? En d'autres termes, allons-nous faire des cheminements parallèles dont les résultats se retrouveront sur le bureau de M^{me} la ministre ou si nous allons faire un cheminement en concertation?

J'en profite pour poursuivre sur un point qui me semble illustrer cette situation.

En ce qui concerne l'emballage neutre, vous dites que des études ont été faites pour le compte de la Société canadienne du cancer et pour celui du gouvernement australien. Vous dites que les conclusions suggèrent que l'emballage neutre pourrait influencer le comportement. Si des études ont été faites sur un plan statistique, elles feront plus que suggérer. Il y aura des corrélations certaines. J'aurais apprécié qu'on ait ce matin un texte un peu plus solide, un peu plus nourri.

Je sais que vous allez faire des études. Dans quelle mesure serons-nous informés, au fur et à mesure de vos progrès, des constats que vous allez faire?

M. Foster: Je vais commencer par le premier point, monsieur.

Est-ce que nos études et nos actions seront complémentaires? À mon avis, il est difficile de décider à l'avance si le travail de votre Comité va prendre une direction spécifique. Tout ce qu'on sait, c'est que le sujet est l'emballage neutre.

It's clear that we feel, and our advice to the minister has been, that we do not have enough information on plain packaging. Having looked at what the Ontario Cancer Society has done, and we have collaborated with them on that, and having looked at the Australian study, we feel that with 6.5 million Canadians being affected by this decision, i.e., the smokers who are out there, we need to have more definite information. We need to be sure that what we're going to do is going to be effective and that the investment made is going to pay off; that is, the best bang for the buck spent.

From the point of view of the details of those studies, I'm going to ask Dr. Murray Kaiserman to give you a feel for the kinds of details that we'd like to do on the departmental look, which will be of use to this committee, and how we think the testimony by the witnesses will be complementary as well.

[Translation]

Je rappelle aux témoins et au public que le premier tour est de 10 minutes, ce qui comprend les questions et les réponses. C'est l'Opposition officielle qui commence, suivi de l'autre parti d'opposition, puis du parti de la majorité. Après cela, nous reprenons de la même façon, mais les tours n'ont plus que cinq minutes chacun. Dans tous les cas, qu'il s'agisse de dix ou de cinq minutes, cela comprend les questions et les réponses. Je demanderais donc aux députés de laisser aux témoins suffisamment de temps pour répondre.

Monsieur de Savoye.

M. de Savoye (Portneuf): Mr. Foster, there are two matters on which I would like your comments.

To begin with, you are telling us that the work of our committee will be very useful to the department, but in the very same paragraph, you say that Health Canada is about to start a study.

Would the results of this study be useful to the committee? In other words, are we going to work separately, eventually to both lay our report on the desk of the minister, or is this going to be a collaborative effort?

I want to take this opportunity to make a point that illustrates this situation.

In the matter of plain packaging, you tell us that both the Canadian Cancer Society and the Australian Government have commissioned studies. You add that according to the conclusions of these studies plain packaging could have an influence on behavior. If there are some statistical studies, they must be doing more than suggesting. There must be some strong correlations. This morning, I would have appreciated something a little more meaty, a little more solid.

I know that you will be doing studies. Will we be informed of your progress as we go along, will your conclusions reach us at every step?

M. Foster: I shall start with your first point, sir.

You're asking whether our studies and approaches will be complementary? To my mind, it is difficult to decide at this stage that the work of your committee will take a specific direction. All we know is that the subject is plain packaging.

Il est certain qu'à notre avis, et c'est ce que nous avons dit au ministre, nous n'avons pas actuellement suffisamment d'information sur l'emballage neutre. Après avoir étudié les travaux de la Société ontarienne du cancer, des travaux auxquels nous avons d'ailleurs participé, et après avoir étudié la démarche australienne, nous pensons avoir besoin d'informations plus précises, étant donné que 6,5 millions de Canadiens vont être touchés par cette décision, et je veux parler des Canadiens qui fument. Nous devons nous assurer que les mesures que nous prendrons seront efficaces et que l'investissement sera rentable, c'est-à-dire que nous en aurons pour notre argent.

• 1020

Quant aux détails de ces études, je vais demander à M. Murray Kaiserman de vous donner une idée du genre de détails que nous aimeraisons examiner dans le cadre de l'étude ministérielle, étude qui sera utile à votre comité et qui viendra compléter les témoignages que vous entendrez.

[Texte]

[Traduction]

Mr. Murray Kaiserman (Acting Head, Tobacco Section, Bureau of Chemical Hazards, Health Protection Branch, Health Canada): In the department we're looking to approach this, as I mentioned earlier, from a marketing strategy viewpoint. Packaging is used for a variety of reasons by companies to protect the product and to enhance the image of the product. One of the things we're interested in is the image of the packaging. What image does packaging give to the product?

In addition to the package itself, there is the text. There are trademarks. There are the familiar symbols we see on the packaging. There is the way the letters are formed, and the colours, of course. What we found in the earlier studies, and most notably the Australian one, which you mentioned earlier, is that the study was not primarily designed to look at the impact of plain packaging, but to look at the impact of plain packaging on health warning messages and whether the health warning message would be more visible depending on what kind of package was used. What we're proposing here, and what the Canadian Cancer Society is also proposing, is to look at the impact of the package itself on the attractiveness of the product.

Mme Carole Lacombe (directrice de la Sécurité des produits, Direction générale de la protection de la santé, Santé Canada): Monsieur de Savoye, vous avez dit que les conclusions de ces études-là pourraient peut-être démontrer statistiquement, de façon non équivoque, qu'un emballage neutre décourage le tabagisme.

L'étude australienne comptait 66 sujets et l'étude de la Société canadienne du cancer en comptait 129. On n'a pas pu faire de corrélations statistiques dans ces études.

The Chairman: Pierre, are there further questions?

Mr. de Savoye: Not really, thank you.

The Chairman: Deborah.

Miss Grey (Beaver River): I had much the same question as Pierre. I might just make a comment. There may be some concern, certainly by myself and my party, that we would want to make sure that whatever the cost of this study is, it would be seen as complementary and not redundant. It would be a waste of your time and it would be a waste of this committee's time to be doing exactly the same thing. I certainly would caution both sides that we would not want to be redundant or be in each other's way.

I would like to know, first of all, the timeframe. It may well be in this brief, so forgive me, but I don't think we got these in time to be able to read each page.

Then I have a second question about the list of contents in cigarettes. Will that be on plain packaging, as you see it? What benefits and what drawbacks would there be in not having a full disclosure, a full listing of all chemicals, etc., on cigarette packages?

M. Murray Kaiserman (chef intérimaire, Unité du tabac, Bureau des dangers des produits chimiques, Direction générale de la protection de la santé, Santé Canada): Comme je l'ai dit tout à l'heure, au ministère, nous abordons cette question sous l'angle de la stratégie de commercialisation. Les entreprises utilisent l'emballage pour diverses raisons, d'une part pour protéger le produit et d'autre part pour en améliorer l'image. C'est précisément ce dernier point qui nous intéresse, entre autres choses; quelle image l'emballage donne-t-il du produit?

En plus de l'emballage lui-même, il y a le texte. Il y a les marques de commerce. Il y a les symboles familiers qui figurent sur le paquet. Il y a la forme des lettres, et aussi les couleurs, bien sûr. Les études antérieures, surtout l'étude australienne que vous avez mentionnée, ne portaient pas d'abord et avant tout sur l'emballage neutre, mais visaient plutôt à étudier l'incidence de l'emballage neutre sur les messages et les avertissements concernant la santé. On voulait déterminer si ces messages seraient plus ou moins visibles selon la nature de l'emballage. Ce que nous proposons de faire, et ce que la Société canadienne du cancer propose également de faire, c'est de se pencher sur l'incidence de l'emballage lui-même sur l'attrait du produit.

Ms Carole Lacombe (Director, Product Safety, Health Protection Branch, Health Canada): Mr. de Savoye, you said that the findings of these studies could perhaps prove statistically and without any doubt that plain packaging will discourage tobacco use.

The Australian study was based on 66 subjects, and the study made by the Canadian Cancer Society dealt with 129. No statistical correlations could be established from these studies.

Le président: Pierre, avez-vous d'autres questions?

M. de Savoye: Pas vraiment, merci.

Le président: Deborah.

Mme Grey (Beaver River): Ma question a déjà été posée par Pierre, mais je vais en profiter pour faire une observation. Il y a peut-être quelque inquiétude, en tout cas de ma part et de la part de mon parti, en ce sens que nous tenons à nous assurer que, quel que soit le coût de cette étude, elle doit être perçue comme complémentaire, et non pas comme redondante. Ce serait vous faire perdre votre temps et le temps des membres du comité que de faire exactement la même chose. Je tiens donc à faire une mise en garde: nous ne voulons pas faire double emploi, encore moins nous nuire mutuellement.

Je voudrais d'abord savoir quel est l'échéancier. Cela figure peut-être dans le document; si c'est le cas, vous m'en excuserez, mais nous n'avons pas eu les documents à temps pour les lire en entier.

Ma deuxième question porte sur la liste des ingrédients des cigarettes. Cela figurera-t-il sur l'emballage neutre, tel que vous l'envisagez? Quels seraient les avantages et les inconvénients de ne pas énumérer tous les produits chimiques et autres sur les paquets de cigarettes?

[Text]

[Translation]

Mr. Foster: Our study should probably be completed by the end of the year. In reference to the cost, obviously our concern is that we have enough information to guarantee that we're getting the best return and that we're not duplicating. That is the reason for the committee's look. We feel the committee's report will give us information in addition to our own look at the items that Dr. Kaiserman has mentioned.

I need to distinguish what will be on the package from the point of view of the difference between an additive and the toxic constituents, if you would allow me to do so.

• 1025

Additives are the things that are added to tobacco prior to smoking it. There is a requirement by law at the moment to list three additives.

I'm sorry, is that wrong Murray? I'm trying to explain to you, but I have it wrong. I apologize. I'm talking about the three toxic constituents by law that have to be listed. They are nicotine, tar and carbon monoxide. I apologize for mixing the two up myself.

The additives are protected at the moment by trade secret law. We will put that to the information commissioner. We'll ask about the advisability of us releasing the things that are put into tobacco prior to it being smoked. The ruling said these were trade secrets, and unless the minister was convinced that these things were toxic, then it would not be wise to release that publicly. We are looking at those additives and we're trying to devise standards to assess them to see whether or not they are toxic. If they are toxic, the intention would be to make that public.

There are some 4,000 toxic constituents in tobacco smoke and some of them are identified as carcinogens. That information can be made available to the public. We are doing the work to determine the amounts and the effects of those toxic constituents, particularly in the second-hand smoke effects. Those would be made available.

At some point, even on a plain package or a generic-type package of tobacco, I'm not sure how much one can get on the package. We should have things like health warnings of those toxic constituents most damaging to health, but there will have to be a judgment made clearly as to how much can be put on. It would probably destroy the value of a generic package if there was a maze of toxic constituents so small that you couldn't read them. There needs to be some sensible research done on what is the best way to do that and how much is needed. That's what we hope to do with our research package.

Ms Lacombe: The disclosure of information on plain packaging—the benefits and drawbacks—would be one of the objectives of our study from a marketing perspective. We would look at everything that appears and all the features of a

M. Foster: Notre étude devrait probablement être terminée d'ici à la fin de l'année. Pour ce qui est du coût, nous tenons évidemment à rassembler suffisamment d'informations pour garantir que nous en aurons le plus possible pour notre argent et que nous ne faisons pas double emploi. C'est la raison d'être de l'étude du comité. Nous estimons que le rapport du comité nous fournira des renseignements supplémentaires, en plus des points que M. Kaiserman a énumérés.

Quant à savoir ce qui figurera sur le paquet, je dois faire la distinction entre un additif et les composants toxiques.

Les additifs sont des produits qui sont ajoutés au tabac avant qu'on le fume. À l'heure actuelle, la loi exige d'énumérer trois additifs.

Excusez-moi, est-ce que je me trompe, Murray? J'essaie de vous expliquer, mais je me trompe. Je m'excuse. Ce sont les trois composants toxiques que la loi exige d'énumérer. Ce sont la nicotine, le goudron et le monoxyde de carbone. Je m'excuse de m'être embrouillé moi-même.

Quant aux additifs, ils sont actuellement protégés par la loi sur le secret commercial. Nous nous en ouvrirons au commissaire à l'information. Nous lui demanderons s'il serait opportun de publier les produits qui sont ajoutés au tabac avant qu'on le fume. Une décision a été rendue selon laquelle ces produits sont protégés par le secret commercial, et, à moins que le ministre ne soit convaincu que ces produits sont toxiques, il ne serait pas judicieux de les faire connaître du grand public. Nous examinons ces additifs et nous essayons d'établir des normes pour les évaluer afin de vérifier s'ils sont toxiques. S'ils le sont, nous avons l'intention de les rendre publics.

La fumée du tabac contient environ 4 000 composants toxiques, dont certains sont considérés comme cancérogènes. Cette information peut être rendue publique. Nous travaillons actuellement à préciser les quantités et l'effet de ces composants toxiques, surtout pour ce qui est de la fumée dans l'air ambiant. Ces données seront rendues publiques.

À un moment donné, même si l'emballage est neutre et de type générique, je ne sais trop combien d'information on peut mettre sur le paquet. Il faut faire figurer les avertissements concernant la santé et la liste des composants toxiques les plus dommageables pour la santé, mais pour le reste il faudra évidemment trancher. Il serait probablement contre-indiqué que de faire figurer sur un paquet banalisé tout un fouillis de composants toxiques en caractères si petits qu'ils en deviendraient illisibles. Il faut faire de la recherche là-dessus pour savoir quelle serait la meilleure façon de s'y prendre. C'est ce que nous espérons obtenir dans le cadre de notre recherche.

Mme Lacombe: Les avantages et les inconvénients de divulguer des renseignements sur l'emballage neutre seraient précisément l'un des objectifs de notre étude sous l'angle de la commercialisation. Nous examinerions tous les aspects de

[Texte]

[Traduction]

package: size, colour, type of letters, information, size of fonts, and the whole aspect of the image created by the package. We would see which of these different features would have the most impact as deterrents to smoking. That would be examined. At this time, it has not been established in terms of benefits and drawbacks.

l'emballage: la taille, la couleur, la grandeur et la forme des caractères d'imprimerie, l'information qui est donnée et, de façon générale, toute l'image créée par l'emballage. Nous pourrions ainsi déterminer lesquelles de ces caractéristiques peuvent le mieux contribuer à dissuader les fumeurs. Tout cela sera examiné. Pour le moment, on n'en a pas encore établi les avantages et les inconvénients.

Miss Grey: Thank you. I suspect there would be some impact. I wonder if I were a young person and it was just words all the way around concerning what's toxic in this thing. I'm just throwing that in. Maybe it might be enough to scare someone.

Mme Grey: Merci. Je soupçonne qu'il y aurait un effet dissuasif. Si j'étais une jeune personne et que je lisais tout le tour du paquet de l'information sur la toxicité. . . enfin, peut-être que ça suffirait à faire peur à quelqu'un. C'est une idée que je lance comme cela.

Ms Lacome: This needs to be examined, yes.

Miss Grey: If I saw 4,000 things on a package, I might be really scared to start smoking.

I'll just finish up with the timeframe. You said you wanted to have this done by the end of the year. As you well know, the Minister of Health made some sort of an announcement. We don't know how formal or informal she was, but she certainly spoke her mind in Toronto on Thursday. She said she wanted this done as soon as possible. Are we looking at the end of the year? This committee's report apparently is due to be out by June, so are we looking at some discrepancies in time, or is this thing going to be a done deal by the time your study hits the press, as it were?

Mr. Foster: I haven't read the particular article, if it was an article. The minister has made her intentions very clear to us. We were told to examine all aspects of plain packaging and to put before her all the facts that would relate to a decision to go for plain packaging. That's what we're attempting to do.

I think it should be clear at this point that we don't feel we know enough about those effects, what they are, and how best to approach this. We need to do that work, and that's what we are doing. Our work, as Dr. Kaiserman says, will take us until the end of this year to do that. It's only because it will take that long, not because we're not doing it faster or we're not putting more resources to it.

Mme Lacome: C'est en effet un aspect qu'il faut examiner.

Mme Grey: Si je lisais les noms de 4 000 composés sur le paquet, j'aurais peut-être assez peur que cela m'empêcherait de commencer à fumer.

Je voudrais en terminant revenir à l'échéancier. Vous avez dit que vous vouliez en terminer d'ici à la fin de l'année. Vous n'ignorez pas que la ministre de la Santé a fait une annonce en quelque sorte. Nous ne savons pas dans quelle mesure c'était officiel, mais elle a assurément dit le fond de sa pensée à Toronto jeudi. Elle a dit qu'elle voulait que cela se fasse le plus tôt possible. Est-ce pour la fin de l'année? Le rapport du comité sera apparemment publié en juin. Y a-t-il quelque chose qui cloche dans l'échéancier, ou bien l'affaire sera-t-elle chose faite avant même que votre étude ne soit publiée?

M. Foster: Je n'ai pas lu l'article dont vous parlez, s'il s'agit bien d'un article. La ministre nous a fait connaître très clairement son intention. Elle nous a dit d'examiner tous les aspects de l'emballage neutre et de lui présenter les faits en vue d'une éventuelle décision dans le sens de l'emballage neutre. C'est ce que nous essayons de faire.

Il faut qu'une chose soit bien claire: nous estimons que nous n'en savons pas suffisamment à l'heure actuelle dans ce domaine. Nous devons faire de la recherche pour déterminer la meilleure façon de s'y prendre, et c'est exactement ce que nous faisons. Comme M. Kaiserman l'a dit, il nous faudra jusqu'à la fin de l'année pour cela. C'est uniquement parce qu'il est impossible de procéder plus rapidement; ce n'est pas parce que nous avons choisi d'aller lentement ou parce que nous n'y consacrons pas assez de ressources.

• 1030

Whether or not legislation is a result of all those deliberations as to how to do this, we need this, and we need the committee results so that we can go ahead with proposing that kind of regulation, or that kind of legislation and the fall-out regulations.

Quant à savoir si cela aboutira à un projet de loi ou à d'autres mesures, il nous faut cela de toute façon et il nous faut les conclusions du comité afin de pouvoir proposer un projet de loi et la réglementation connexe.

As a scenario it's hard to imagine that we could do something like that without the preparatory work being done. The minister has indicated to me that she wants this work done, and I think it was particularly why she wanted this committee to look at this as one of the first things that you're doing. We're talking about a \$3 billion expense tag or cost tag associated with health care here. For all of that, I guess she made her views quite strongly. Those are her intentions as they were passed to us.

Il est difficile d'imaginer que l'on puisse faire quelque chose de ce genre sans travail préparatoire. La ministre m'a dit qu'elle veut que ce travail se fasse, et je crois que c'est pour cela qu'elle tenait à ce que votre comité se penche là-dessus en priorité. C'est un dossier de 3 milliards de dollars, quand on parle de l'ensemble des coûts de la santé. Je suppose qu'elle a fait connaître son point de vue de manière assez ferme. Ce sont ses intentions telles qu'elles nous les a transmises.

[Text]

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): Thank you for your presentation. Is it clear for me to conclude that the two goals that may be achieved by plain packaging would be to combat the consumption of cigarettes, it being a tool for demand reduction initiative and, secondly, as a tool to combat smuggling?

Mr. Foster: I'd have to think about as a tool to combat smuggling. The two aims of the tobacco demand reduction strategy are the health component of it. I would say the other three components are more focused on the smuggling issue. Our two aims on the health component are to reduce consumption and reduce the number of new uptakes. Those are our two aims from a health point of view. The tobacco demand reduction strategy is focused on those two aims.

The other three elements of the national action plan deal with the smuggling issue. I believe you're going to have someone from Justice speak to you about those aspects of the national action plan. I would rather leave the discussion of smuggling to them.

Mr. Pagtakhan: Is it fair to say that the plain packaging, as a concept, should not include the indication of the tax paid, that the markings should not include the tax paid, and that is not part of the plain packaging concept? Is it fair to say that?

Mr. Foster: No, I don't think so, sir. We have not ruled out anything that would be effective. Along the lines of our previous conversation, if there were an impact, if there were some value in doing that, then clearly it's going to be considered. We have not ruled out anything in terms of what should go on that package. What we want to determine is what should go on there, what is going to be the most effective way to achieve those two aims. Therefore, everything is open.

Mr. Pagtakhan: I appreciate that, but it would be clear to me that what we will put on the package will be determined, to a large extent, by the goal. In other words, if the goal is only to reduce consumption, that is one thing. But if the goal should include combating smuggling, then it would be irrational to put the tax paid markings on that. That's why I want clarification.

Mr. Foster: I don't want to say something outlandish, but I would say that the two health themes, as I have described them, are the basis of our approach to plain packaging. The smuggling issue, in reducing smuggling, is also in a way reducing consumption. I can relate the two. If smuggling is diminished, and it appears to have been diminished, anything we can do to reduce consumption is also contributing to that same aim. I think I have to say that as aims of the health package—the health component of the national action plan—our two aims are just the two health aims. I don't think you can attribute the anti-smuggling to plain packaging.

Mr. Pagtakhan: According to the written brief you presented, the two major studies—one by the Canadian Cancer Society and one for the Australian government—are not convincing enough. Those are the only two studies you are aware of, and I imagine you have searched the literature.

[Translation]

M. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Merci pour votre exposé. Ai-je raison de conclure que les deux objectifs que l'on pourrait atteindre grâce à l'emballage neutre, ce serait de combattre la consommation de cigarettes, c'est-à-dire que ce serait un outil pour réduire la demande et, de deuxièmement, un outil pour combattre la contrebande?

M. Foster: Un outil pour combattre la contrebande, dites-vous? Attendez voir que j'y réfléchisse. Les deux objectifs énoncés dans la stratégie de réduction de la demande de tabac sont les aspects relatifs à la santé. Je dirais que les trois autres éléments de la stratégie portent plutôt sur la contrebande. Quant à nous, à la Santé, nos deux objectifs sont de réduire la consommation et de réduire le nombre de nouveaux fumeurs. La stratégie de réduction de la demande de tabac est axée sur ces deux objectifs.

Les trois autres éléments du plan d'action national portent sur la contrebande. Je crois que vous entendrez des représentants de la Justice qui vous parleront de ces aspects du plan d'action national. Je préférerais leur laisser le soin de vous parler de contrebande.

M. Pagtakhan: Peut-on dire que l'emballage neutre, en théorie, ne devrait pas inclure l'affichage du montant des taxes acquittées, que cela ne fait pas partie du concept de banalisation de l'emballage? Est-il juste de dire cela?

M. Foster: Non, monsieur, je ne le crois pas. Nous n'avons rien exclu qui serait susceptible d'être efficace. Comme je le disais tout à l'heure, s'il y avait quelque avantage à faire cela, alors ce sera envisagé. Nous n'avons absolument rien exclu quant à ce qui sera affiché sur le paquet. Ce que nous voulons déterminer, c'est justement ce qui devrait figurer sur le paquet, quel serait le moyen le plus efficace de réaliser ces deux objectifs. C'est donc complètement ouvert.

M. Pagtakhan: Je comprends, mais il me semble évident que ce que l'on mettra sur le paquet sera déterminé en grande partie par l'objectif poursuivi. Autrement dit, si l'objectif est seulement de réduire la consommation, c'est une chose, mais si l'objectif est également de lutter contre la contrebande, alors il serait irrationnel d'afficher sur le paquet le montant des taxes acquittées. C'est pourquoi je veux avoir une précision.

M. Foster: Je ne veux pas trop m'aventurer, mais je dirais que les deux thèmes de la santé que je vous ai décrits définissent notre approche en matière d'emballage neutre. Quant à la contrebande, la lutte contre la contrebande contribue aussi à réduire la consommation. Je vois un lien entre les deux. Si l'on réduit la contrebande, et il semble qu'elle ait été réduite, tout ce que l'on peut faire pour réduire la consommation vous aide aussi à atteindre cet objectif. Je dois répéter que pour ce qui est de l'élément santé de notre plan d'action national, les deux objectifs que j'ai décrits sont les deux seuls relatifs à la santé. Je ne pense pas qu'on puisse attribuer à l'emballage neutre un effet dissuasif sur la contrebande.

M. Pagtakhan: D'après le mémoire écrit que vous nous avez remis, les deux principales études, l'une faite par la Société canadienne du cancer et l'autre par le gouvernement australien, ne sont pas suffisamment convaincantes. A votre connaissance, ce sont les deux seules études qui existent, et je suppose que vous avez fouillé pour vous en convaincre.

[Texte]

Mr. Foster: We have done a literature search.

Mr. Pagtakhan: So it is inconceivable we will hear of any more conclusive studies from witnesses. Is that right?

Mr. Foster: I can't guarantee that. It's possible they are working on... For example, the Cancer Society itself is working on what it's calling part three of that same study.

As we explained, the limitations of the Australian study were that they were specifically looking at the effect of the health warnings only. We want to see whether, if we created the ugliest package you can imagine—something you wouldn't want to put in your pocket and young people wouldn't want to pull out of their pocket, with maybe some horrible colour and combination of how the messages on the package are presented—it would affect the actual uptake of new smokers.

That is also part of the plain packaging study. I don't have any answers to that yet. I think we're missing the information that would tell us that is worth while and we should pursue this.

Mr. Pagtakhan: In the absence of any definitive study that may be seen by the committee, is it the intention of the department to proceed with these by way of legislation thereafter or by way of a pilot study, to monitor whatever preliminary sort of conclusion we may draw upon, which then could be undertaken by the department but on a pilot basis? Could you give the committee some indication?

Mr. Foster: We have done pilots in the past for certain of our studies, particularly in developing behavioural patterns and research on behavioural patterns.

Mr. Pagtakhan: I'm referring to the plain packaging.

Mr. Foster: I understand that. I was trying to put it in context. I hadn't foreseen a pilot per se. That's not to say that various options might not be piloted. I think there are some practicalities, in that if you're going to pilot them, they would probably be limited.

I would hope we could arrive at a solution that would give us enough information to go with plain packaging across the board as quickly as we can if the effects we expect can be proven. I would say that if we can avoid a pilot by doing that and go directly to plain packaging, that's what we should attempt to do.

Mr. Pagtakhan: Of course on the issue of the reduction of cigarette consumption, there are too many facets to any strategy. Are you able to determine the relative effectiveness of the components of the overall strategy so that we will be able to use our tax dollars most effectively in choosing the best component of any strategy? Is that part of the system, evidence-based strategy?

Mr. Foster: Yes. The Health Protection Branch and the work it does is based on science. This is something we don't want to base on what someone thinks will happen if we do such and such. The reason it is going to take a bit of time to get the information we need is because we need to do the science to back it up.

[Traduction]

M. Foster: Nous avons fait une recherche, oui.

M. Pagtakhan: Il est donc inconcevable que les témoins que nous entendrons nous parlent d'autres études concluantes, n'est-ce pas?

M. Foster: Je ne peux pas le garantir. Il est possible que l'on travaille à... Par exemple, la Société du cancer travaille elle-même à ce qu'elle appelle la partie trois de la même étude.

Comme nous l'avons expliqué, les limites de l'étude australienne tiennent au fait qu'elle portait exclusivement sur l'incidence des avertissements concernant la santé. Nous, nous voulons savoir si, en créant le paquet le plus laid qu'on puisse imaginer, quelque chose qu'on n'osera pas mettre dans sa poche et que les jeunes ne voudraient pas brandir devant leurs amis, peut-être avec une couleur épouvantable et une présentation très crue des messages sur le paquet, nous voulons donc savoir si cela aurait une incidence sur le nombre de nouveaux fumeurs.

Cela fait aussi partie de l'étude sur l'emballage neutre. Je n'ai pas encore de réponses à cela. Nous n'avons pas suffisamment d'informations pour avoir la certitude que cela en vaut la peine.

M. Pagtakhan: En l'absence d'étude définitive dont le comité pourrait avoir connaissance, le ministère a-t-il l'intention de légiférer ou de lancer un projet pilote, d'en contrôler les résultats pour en tirer des conclusions préliminaires, enfin de procéder graduellement? Pouvez-vous nous donner une idée de ce que l'on envisage?

M. Foster: Nous avons lancé des projets pilotes dans le passé pour certaines de nos études, surtout en ce qui concerne la recherche sur les tendances comportementales.

M. Pagtakhan: Je parle de l'emballage neutre.

M. Foster: Je le sais. J'essayais de vous situer dans le contexte. Je n'envisageais pas un projet pilote comme tel. Cela ne veut pas dire que l'on ne pourrait pas mettre à l'essai diverses options. Il faut tenir compte de l'aspect pratique, en ce sens que le nombre de projets pilotes sera nécessairement limité.

J'espère qu'on en arrivera à une solution qui nous fournira suffisamment d'informations pour que nous puissions nous lancer dans l'emballage neutre de façon généralisée et le plus rapidement possible, si nous arrivons à démontrer que nos attentes sont fondées. A mon avis, si nous pouvons éviter le projet pilote et passer directement à l'emballage neutre, c'est ce que nous devrions essayer de faire.

M. Pagtakhan: Bien sûr, quant à la réduction de la consommation de cigarettes, toute stratégie comporte de trop nombreuses facettes. Êtes-vous en mesure de déterminer l'efficacité relative des diverses composantes de la stratégie globale, afin d'utiliser le plus judicieusement possible les deniers publics en choisissant les meilleurs éléments d'une stratégie donnée? Cela fait-il partie de votre démarche, c'est-à-dire le fait d'orienter la stratégie selon la preuve recueillie?

M. Foster: Oui. Toutes les activités de la Direction générale de la protection de la santé sont fondées sur des travaux scientifiques. Nous ne voulons pas nous fonder sur ce que quelqu'un pense ou sur ce qui pourrait arriver si l'on faisait telle ou telle chose. S'il faudra un certain temps pour réunir l'information dont nous avons besoin, c'est justement parce qu'il faut procéder de façon scientifique.

[Text]

I think we need to be able to prove to the minister and to government that there is going to be a return for that investment. I have to strongly suggest that the science has to be done. We do it, and I think we do it reasonably well.

Mr. Pagtakhan: Is there continuing monitoring of the level of tobacco consumption by the department?

Mr. Foster: In the tobacco demand reduction strategy there are two new initiatives for monitoring continually. We're actually looking at a survey, which we call horizontal, where we'll be able to work with the same population group over a number of years as opposed to a different population group each year. They are sophisticated. They have proven to be effective in other areas of research. We have two initiatives in this package.

Mr. Pagtakhan: Has one commenced since the beginning of the new action plan the government announced?

Mr. Foster: Prior to the February 8 legislation we had a pilot study on the books, which had already been done. You may have been familiar with it. We have worked on that pilot study and used it, and we're in the process of conducting our first study now. It has begun. The mailings have gone out.

• 1040

Mr. Pagtakhan: What is the expected duration of the study?

Ms Lacombe: What we intend to do is set up a monitoring system, composed of different survey vehicles, over the next three to four years. One of them is going to kick in, or has kicked in, very soon, over the next year. Then the second element of it will be a youth smoking survey, and then we're going to work with the LFS survey, as well as the alcohol and drug survey.

Mr. Pagtakhan: Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Pierre, and then Bernard.

M. de Savoye: Dans le même ordre d'idées, je dois conclure de vos propos que les études qui ont déjà été réalisées n'ont pas démontré de manière significative un lien mesurable entre l'emballage banalisé et la consommation de cigarettes. Si ceci était une corporation et que nous voulions faire des affaires rentables, nous demanderions à notre département de marketing de faire des études précises qui nous donneraient des faits concrets et fiables pour prendre des décisions d'affaires justifiées.

Dans un document que vous nous avez déjà fait parvenir, je vois que Santé Canada entreprendra une étude de marketing qui évaluera le but de l'emballage et son impact sur les consommateurs, en particulier l'emballage neutre. Quand avez-vous l'intention de faire cette étude? Dans quelle mesure ses résultats seront-ils fiables? Est-ce qu'ils nous seront livrés en temps utile?

Mr. Kaiserman: That's the study we are talking about, and the results should be available by the end of the year. It's a marketing study. As you mentioned, you go to the marketing department to determine what packaging is attractive.

[Translation]

Je crois qu'il faut pouvoir prouver à la ministre et au gouvernement que ce sera un investissement rentable. J'insiste fortement sur l'importance de procéder de façon scientifique. Nous le faisons, et nous le faisons raisonnablement bien.

M. Pagtakhan: Le ministère contrôle-t-il en permanence la consommation de tabac?

M. Foster: Dans la stratégie de réduction de la demande de tabac, il y a deux nouvelles initiatives en vue d'un contrôle continual. En fait, nous envisageons de faire ce que l'on appelle une enquête horizontale, c'est-à-dire que nous pourrons travailler avec le même groupe de personnes pendant un certain nombre d'années, au lieu de choisir un groupe différent chaque année. Ce sont des études très perfectionnées, qui se sont révélées efficaces dans d'autres domaines de recherche. Nous avons donc prévu deux initiatives à cet égard.

M. Pagtakhan: En a-t-on commencé une depuis le début du nouveau plan d'action annoncé par le gouvernement?

M. Foster: Avant la loi du 8 février, nous avions une étude pilote qui avait déjà été faite. Vous en avez peut-être pris connaissance. Nous avons travaillé à l'étude pilote dont vous parlez, nous l'avons utilisée, et nous en sommes maintenant à effectuer notre première étude en tant que telle. Nous avons commencé. Les envois postaux ont été faits.

Mr. Pagtakhan: Quelle est la durée prévue de l'étude?

Mme Lacombe: Nous avons l'intention de mettre sur pied un système de contrôle constitué de divers sondages ou études qui seront effectués pendant les trois ou quatre prochaines années. L'une de ces études a déjà commencé, ou est sur le point de commencer, et se poursuivra pendant l'année. Nous effectuerons ensuite une étude qui portera sur le tabagisme chez les jeunes, puis nous aurons recours à l'EPA, ainsi qu'au sondage sur l'alcool et les drogues.

Mr. Pagtakhan: Merci, monsieur le président.

Le président: Je donne la parole à Pierre, qui sera suivi de Bernard.

M. de Savoye: In the same vein, I conclude from what you have said that the studies that have been done have not shown a significant, measurable link between plain packaging and cigarette consumption. If this were a corporation and if we wanted our business to be profitable, we would ask our marketing department to carry out specific studies that would provide us with concrete, dependable data we would use to make informed business decisions.

In a document you sent us previously, it says that Health Canada is to undertake a marketing study to assess packaging, its purpose and its impact on consumers, with a particular focus on plain packaging. When do you intend to carry on that study? How dependable will its results be? Will we have them in good time?

M. Kaiserman: C'est l'étude dont nous parlons, et les résultats devraient être disponibles d'ici à la fin de l'année. C'est une étude de commercialisation. Comme vous l'avez dit, il faut s'adresser aux spécialistes de la commercialisation pour déterminer les attraits relatifs des divers emballages.

[Texte]

[Traduction]

The uniqueness of this kind of work, and this is one of the reasons why there's very little data, is people don't go to their marketing departments to say, what is the worst kind of packaging? This is the approach that is being undertaken here and proposed here. What is the packaging that will reduce consumption? There is no data available for that question, to answer that question, and that's what we're looking at. That's the factor we're all looking at.

Mme Lacombe: Monsieur de Savoye, les provinces se sont dites très intéressées à participer à cette étude. La question est très complexe. Les implications de l'emballage neutre peuvent être très difficiles à établir et à expliquer dans le cadre d'une étude. Nous allons établir un groupe de travail avec les provinces, et les meilleures têtes se pencheront sur cette question-là.

Nous avons l'intention de mettre sur pied un panel d'experts, de gens qui connaissent bien les questions de marketing, particulièrement la question de l'emballage et de son usage dans la promotion d'un produit. On espère pouvoir aller chercher toutes les personnes qui ont une certaine expertise dans ce domaine-là. Nous allons commencer au cours du prochain mois. C'est toute une tâche que de réunir tous ces gens-là. Nous allons établir le cadre de l'étude et ensuite passer à l'étude proprement dite. Comme le Dr Kaiserman vous l'a mentionné, nous espérons pouvoir terminer avant la fin de l'année.

Mr. de Savoye: Mr. Chairman, all this is kind of disturbing to me, first, because within the next few weeks our committee will meet many people who will make presentations to us. Obviously, these people don't have the knowledge that nobody has ever gathered, so what will we be here for—to hear their grievances or to hear their proposals? But we now understand, if you're right, that we have no data against which we can validate whatever representations will be made to us. That's disturbing.

Mais les gens ne s'adressent pas à leur service de marketing pour lui demander de trouver l'emballage le moins attrayant; c'est pourquoi notre étude est unique, et c'est aussi ce qui explique le peu de données disponibles. C'est l'approche que nous allons utiliser, et c'est d'ailleurs ce que nous proposons ici. Quel emballage servira à réduire la consommation? Il n'existe aucune donnée qui permette de répondre à cette question, et c'est ce que nous essayons de déterminer. C'est le facteur que nous examinons tous.

Ms Lacombe: Mr. de Savoye, the provinces have expressed keen interest in taking part in that study. The issue is quite complex. It may be very difficult to establish and explain the effects of plain packaging in the context of a study. We will set up a task force with the provinces, and the best minds will examine the issue.

We intend to constitute a panel of experts made up of people who know marketing well and are particularly knowledgeable with regard to packaging and its use in promoting products. We hope to have the participation of all the experts in that area. We will begin next month. Getting all of these people together involves considerable work. We want, firstly, to plan the study and its framework, before beginning the actual work. As Dr. Kaiserman mentioned, we hope to conclude it before the end of the year.

M. de Savoye: Monsieur le président, ce que j'entends me perturbe un peu, car au cours des quelques semaines à venir notre comité va écouter les exposés de nombreuses personnes. Il est clair que ces gens que nous allons rencontrer ne peuvent posséder des données que personne n'a jamais recueillies, ce qui me porte à me poser la question suivante: serons-nous ici pour entendre leurs doléances ou pour écouter leurs propositions? Mais, si vous avez raison, nous comprenons maintenant que nous n'avons aucune donnée qui nous permette d'évaluer l'exactitude des renseignements qui nous seront soumis dans les exposés que nous entendrons. C'est inquiétant.

• 1045

De plus, monsieur Foster, j'imagine qu'au lendemain de l'adoption d'une loi imposant l'emballage banalisé, certains pourraient penser à offrir gratuitement des étuis qui, eux, ne seraient pas banalisés et dans lesquels un emballage banalisé pourrait s'introduire facilement.

Allons-nous aussi adopter une loi interdisant la vente d'étuis à cigarettes? Jusqu'où pouvons-nous aller? De quelle manière le génie inventif de l'humain pourra-t-il contourner plus ou moins facilement la loi?

À la rigueur, pour éviter cette question de banalisation, est-ce qu'on ne pourrait pas simplement, par loi, demander aux fabricants d'imprimer en caractères lisibles une liste d'autant des 4 000 produits nocifs de la cigarette qu'il serait nécessaire? Je pense que cela banaliserait tous les paquets rapidement.

Merci, monsieur le président.

Furthermore, Mr. Foster, should a plain packaging law be passed, I expect that the very next day, someone may think of offering free, non-generic cigarette cases in which plain packages could be easily inserted.

Will we also pass a law forbidding the sale of cigarette cases? How far can we go? Sooner or later, human ingenuity will find a way to get around the law.

To avoid the problems posed by plain packaging, could we not simply, through a law, ask manufacturers to print on packages a readable list of as many as the 4,000 harmful additives found in cigarettes as are necessary to discourage smokers? I think that would make all packages seem very plain, very quickly.

Thank you, Mr. Chairman.

[Text]

Mme Lacombe: Une partie de l'étude portera justement sur l'étau. Comme je vous l'ai dit auparavant, il faut que toute la question de l'emballage neutre et de ses implications soit examinée. L'étui est l'une de ces implications. Si on enlève aux manufacturiers la possibilité de faire la promotion de leurs produits au moyen d'un emballage, ils vont probablement chercher d'autres moyens. Il faut examiner cette question.

En ce qui concerne la question des composantes, il est essentiel d'établir si le fait d'imprimer de l'information sur les composantes toxiques du tabac va décourager les jeunes qui veulent commencer à fumer. Pour le moment, les études sont contradictoires. Est-ce que les jeunes se préoccupent de cette information? L'étude devrait établir de façon très claire si un emballage neutre et toutes ces choses peuvent décourager les jeunes de commencer à fumer.

The Chairman: Mr. Patry.

M. Patry (Pierrefonds—Dollard): Vous avez parlé de l'étude australienne qui portait sur le *health warning message*. Vous avez aussi parlé de l'étude de la Société canadienne du cancer. Le 6 janvier 1994, un rapport intitulé *The Effects of Plain Packaging Among Youth* a été publié. Tout à l'heure, vous avez parlé de la partie 1, de la partie 2 et de la partie 3.

Est-ce que le rapport *The Effects of Plain Packaging Among Youth* était la partie 1 ou la partie 2? J'aimerais savoir s'il y a d'autres études. Quelles études la Société canadienne du cancer est-elle en train d'effectuer actuellement?

Mr. Kaiserman: There are three parts to the study. Part one was a survey of experts, asking them their opinions on plain packaging. Part two was the pilot study. And part three is a full study based upon the results and what was learned from the pilot study.

So it is a long-term study. This is done by the Cancer Society, and this is the way it has been explained to me. So it is going to complement the work that we're planning, and our work is going to complement their work.

Mr. Foster: If I may add, in our meetings with the health groups, they led me to believe they were well-advanced in some of the conclusions they've drawn, and they're looking forward to presenting what they consider to be evidence in support of the plain packaging activity and action. My understanding is that they want to use the committee to give a fuller definition of part three.

Mr. Patry: Thank you.

The Chairman: Are there other persons who want to intervene?

Paul, then Rose-Marie.

Mr. Szabo (Mississauga South): Thank you, Mr. Chairman.

Mr. Foster, you made a statement about one of your objectives being to convince the minister that there's going to be a return on investment by going forward with this. It makes me wonder what investment we're talking about, and I hope you're going to be able to elaborate.

[Translation]

Ms Lacombe: Part of the study will deal with cigarette cases. As I said before, the whole issue of plain packaging and all of its implications has to be examined. The case is one of those implications. If we prevent manufacturers from promoting their products through packaging, they will probably look for other means of promoting products. We have to examine that issue.

As for additives, we must absolutely determine whether or not printing information about the toxic ingredients in tobacco will discourage the young people who want to start smoking. For the moment, study results are contradictory. Are young people even concerned with that information? The study should allow us to determine clearly whether plain packaging and all of those other things will prevent youngsters from beginning to smoke.

Le président: Monsieur Patry.

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): You referred to the Australian study on the health warning message. You also spoke of the Canadian Cancer Society study. On January 6, 1994, a report entitled *The Effects of Plain Packaging Among Youth* was published. Earlier, you referred to parts 1, 2, and 3 of the report.

I would like to know whether the report called *The Effects of Plain Packaging Among Youth* was part 1 or part 2? I would like to know whether there are other studies. What studies is the Canadian Cancer Society carrying out at this time?

Mr. Kaiserman: L'étude a trois volets. Pour le premier volet, nous avons consulté les experts pour leur demander leur avis en ce qui a trait à l'emballage banalisé. L'étude pilote constituait le deuxième volet, et le troisième sera l'étude complète qui donnera suite aux conclusions de l'étude pilote.

Il s'agit d'une étude à long terme. C'est ce que fait la Société canadienne du cancer, et c'est ce qu'on m'a expliqué. Leur travail viendra compléter le nôtre, et vice versa.

Mr. Foster: Avec votre permission, j'ajouterais que quand nous avons rencontré les groupes qui s'intéressent à la santé, ils m'ont fait comprendre que le travail qui les avait menés à certaines conclusions était assez avancé, et ils espéraient présenter ce qu'ils considèrent comme des preuves quant à l'efficacité des emballages banalisés. Si j'ai bien compris, ils espèrent que les travaux du comité leur permettront de mieux cibler le travail du troisième volet de l'étude.

Mr. Patry: Merci.

Le président: Quelqu'un d'autre veut-il prendre la parole?

Paul, suivi de Rose-Marie.

Mr. Szabo (Mississauga-Sud): Merci, monsieur le président.

Monsieur Foster, vous avez dit que l'un de vos objectifs était de convaincre la ministre que l'investissement que nous faisons dans ces études sera rentable. Cela me porte à me demander de quel investissement il s'agit, et j'espère que vous allez pouvoir m'éclairer.

[Texte]

[Traduction]

• 1050

There's no question that the ministry and Health Canada are spending dollars to study this. It's going to incur dollars, but, after the decision is taken, are you suggesting to me that there is a further investment other than passing legislation that the Government of Canada is planning to make in regard to plain-paper packaging?

Mr. Foster: No. If the word "convinced" prompted all that, then I've chosen the word badly. I am just conscious of the fact that I was asked and given the minister's intentions, and my staff and I are trying to put the case together that would allow us to make good recommendations to the minister on this issue of plain packaging as part of the tobacco reduction demand strategy.

If there seemed to be an inference that there were other investments beyond that, I didn't intend that to be the case, and I'm not saying so. I mean, the package is \$185 million, and I feel some onus to make sure that we have the facts and the science to back up the decisions we want to take.

Mr. Szabo: I'm confused further then, because I understood that the \$185 million was a three-year spending on promotion generally, on all promotion, and that it has nothing to do specifically with plain-paper packaging.

Mr. Foster: The plain packaging study is part of that strategy. There is also a research portion of the moneys being spent. The research portions are going to deal with the determination, for example, of additives, nicotine levels, etc. The package is a comprehensive one of looking at our legislation and of enforcement. It includes the hiring of more inspectors to enforce the Tobacco Products Control Act and the Tobacco Sales to Young Persons Act. There is a research portion, etc.

There is a breakdown in the hand-out. Again I know that you haven't had time to look at that, but if there are other questions about the components of that, we can provide them to you.

Mr. Szabo: It seems as if you're looking for empirical evidence to back up a hypothesis. The hypothesis is that plain-paper packaging would help you to achieve your objective of being a deterrent to tobacco use.

Have you any knowledge of anybody, any organization or any individual whom you've ever come across, who would disagree with the hypothesis?

Mr. Foster: Well, if you want to talk to the tobacco industry, they have strong views that—

Mr. Szabo: I would think the tobacco industry would.

Mr. Foster: Well, you said "anybody". That includes them, and they don't agree at all.

Mr. Szabo: Maybe you misunderstood what I said. That plain-paper packaging would not enhance the sale of tobacco—or the corollary, that plain-paper packaging probably would detract from consumption—is the hypothesis behind this plain-paper packaging issue, is it not; that if you make it more neutral and less glamorous, then it's going to complement your strategy? Again, have you ever heard anybody, any authoritative person, organization, group, or individual, challenge that hypothesis?

Il ne fait aucun doute que le ministère et Santé Canada dépensent de l'argent pour étudier ce phénomène. Cela va coûter de l'argent, mais, une fois la décision prise, pensez-vous que l'on va prendre d'autres mesures en plus d'adopter un texte de loi sur l'emballage neutre?

Mr. Foster: Non. Si c'est le mot «convaincu» que j'ai utilisé et qui vous a amené à tirer cette conclusion, alors j'ai mal choisi mon mot. On m'a simplement demandé mon avis sur les intentions de la ministre, et mon personnel et moi essayons de réfléchir à la question pour que nous puissions présenter des recommandations judicieuses à la ministre sur cette question de l'emballage neutre dans le cadre de la lutte contre le tabagisme.

Si j'ai laissé entendre que d'autres mesures seraient prises, je m'en excuse. À elles seules, ces mesures coûteront 185 millions de dollars, et il m'appartient impérativement de m'assurer que les faits et l'état de la science corroborent les décisions que nous voulons prendre.

Mr. Szabo: Je suis complètement perdu alors, parce que j'ai cru comprendre que ces 185 millions de dollars seraient consacrés, sur une période de trois ans, à la promotion en général et que cela n'avait rien à voir avec l'emballage neutre.

Mr. Foster: L'étude sur l'emballage neutre fait partie de cette stratégie. Une partie de ces crédits sert à la recherche. L'argent consacré à la recherche servira à déterminer, par exemple, les additifs, les taux de nicotine, etc. Ces mesures englobent l'aspect législatif et l'aspect mise en oeuvre. Elles comprennent également l'embauche d'un plus grand nombre d'inspecteurs qui seront chargés de faire appliquer la Loi réglementant les produits du tabac ainsi que la Loi sur la vente du tabac aux jeunes. Cela englobe la recherche, etc.

Une ventilation figure dans les feuillets que je vous ai remis. Là encore, je sais que vous n'avez pas eu le temps de les regarder, mais si vous avez d'autres questions à poser à ce sujet, nous pourrons toujours y répondre.

Mr. Szabo: J'ai l'impression que vous êtes en train de chercher des preuves empiriques pour corroborer une hypothèse, cette hypothèse étant que l'emballage neutre permettrait de freiner l'usage du tabac, ce qui est l'objectif que vous recherchez.

Avez-vous déjà rencontré quiconque qui ne soit pas d'accord avec cette hypothèse?

Mr. Foster: Eh bien, si vous parlez aux représentants de l'industrie du tabac, ils pensent fermement que...

Mr. Szabo: Cela ne m'étonne pas de l'industrie du tabac.

Mr. Foster: Oui, mais vous avez dit «quiconque». Ils en font partie, et ils ne sont absolument pas d'accord.

Mr. Szabo: Peut-être avez-vous mal compris ce que j'essayais de vous dire. Vous pensez, n'est-ce pas, que l'emballage neutre ne favoriserait pas la vente du tabac ou, à l'inverse, que l'emballage neutre freinera la consommation de tabac? Vous pensez, n'est-ce pas, que si l'emballage des cigarettes est plus neutre et moins voyant, votre stratégie ne s'en portera que mieux? Je me répète: connaissez-vous quiconque, quelque expert, organisme, groupe ou personne, qui conteste cette hypothèse?

[Text]

[Translation]

A voice: The answer is "Probably no".

Mr. Foster: Well, I'm trying to be responsive. No, but a conclusion has to be drawn from that. Does that mean, then, that we should go ahead and develop legislation and put it in place based on what everybody thinks? Or should we in fact take a look at this problem and determine what the real effects are and how best to do that?

It's hard for me to leave it as one question. To me the follow-up is what's important. What we do with that consensus and the people who perhaps are going to be proven to be right is where we're working on, as opposed to... We're not fighting that everybody says that it's probably a good idea.

Mr. Szabo: Just to conclude this line, I think we all agree that in all probability the hypothesis is quite true. It really is a matter of degree and whether or not by imposing changes the impact of those changes is going to be material or significant enough to have gone through the process. You have to almost justify your existence. I would hope that as we move forward, we will spend less time trying to figure out whether it has the desired impact and make sure that we can justify or quantify the significance or materiality of that impact to have gone through this. And we should not only just do legislation, but also dictate through legislation to those who are involved in the industry to make changes that in fact may not have been cost justified, which will be proved, I guess, by history.

Une voix: La réponse est: « Vraisemblablement non. »

M. Foster: Eh bien, j'essaie de répondre à votre question. Non, mais une conclusion s'impose. Cela signifie-t-il alors que nous devons préparer un texte de loi fondé sur ce que tout le monde pense? Ou alors devrions-nous examiner le problème et voir quels en sont les effets réels?

Il m'est difficile de ne pas aller plus loin. Pour moi, ce qui importe, c'est ce qui suit. Nous essayons de savoir ce que nous allons faire de ce consensus et de l'opinion majoritaire, et non... Nous ne contestons pas le fait que chacun pense que c'est vraisemblablement une bonne idée.

M. Szabo: Pour conclure, je crois que nous sommes tous d'accord pour dire que cette hypothèse s'avère vraisemblable. C'est en fait une question de degré et également de savoir si, en imposant des changements, l'impact de ces changements va être suffisamment important pour justifier les mesures que nous aurons prises. Il faut presque justifier ce que nous faisons. À mesure que nous progresserons, j'espère que nous passerons moins de temps à essayer de savoir si ces mesures ont l'effet désiré et de s'assurer que nous pouvons justifier ou quantifier l'importance de cet effet, compte tenu des mesures que nous aurons prises. Et nous ne devrions pas simplement adopter un texte de loi, mais également imposer aux intéressés, dans l'industrie du tabac, certains changements qui ne seront peut-être pas justifiés sur le plan des coûts, mais qui le seront par l'histoire.

• 1055

The Chairman: Do you want a brief response?

Mr. Foster: No, I have no further comment.

The Chairman: I have one other member who has not spoken before and then I have a member who has spoken before. I want to make an intervention at some point too. The practice I'm going to establish is that we give everyone a first turn before anybody gets a second turn. Rose-Marie and then me and then Rey, unless there is somebody else.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): I'll try to be brief, Mr. Chairman, so everyone can be heard.

Mr. Foster, as to evaluation of previous smoking reduction programs, different approaches that have been made, the decision to perhaps take this approach with the packaging, do you feel this is the most cost-effective way of looking at a new program for smoking reduction? Also, with that same question, re reduction of consumption, does it outweigh the packaging regarding the cost of the cigarettes themselves, or are the two interrelated? That is one of my questions.

Mr. Foster: I'm not sure I quite understand the second one. But in terms of the first one, it is clearly what we are trying to determine. Is it a cost-effective way to do it? Considering the interest shown and considering the strong beliefs that people have over the issue, this being a significant change to the way these products are marketed—and obviously the interest of industry in the case that they would present—indicates to me that this is a significant issue. I think resolving it

Le président: Voulez-vous répondre brièvement?

M. Foster: Non, je n'ai rien d'autre à ajouter.

Le président: Sur ma liste, il reste un député qui n'a pas encore parlé et un autre qui a déjà parlé, et je voudrais moi-même intervenir à un moment donné. Je pense qu'il vaudrait mieux donner à chacun la possibilité d'intervenir une première fois avant que quiconque ne puisse intervenir une deuxième fois; c'est la pratique que je vais adopter. Donc, Rose-Marie, puis moi, puis Rey, à moins que quelqu'un d'autre ne veuille intervenir.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): J'essayerai d'être brève, monsieur le président, afin que tout le monde puisse intervenir.

Monsieur Foster, par rapport aux autres programmes de réduction du tabagisme, aux autres méthodes qui ont été adoptées auparavant, pensez-vous que cette nouvelle mesure, c'est-à-dire l'emballage neutre, soit la façon la plus sensée sur le plan financier d'essayer de réduire le tabagisme? Également, à propos de la réduction de la consommation, qu'est-ce qui l'emporte, l'emballage ou le coût des cigarettes, ou les deux sont-ils étroitement liés? Voilà une des questions que j'aimerais poser.

M. Foster: Je ne suis pas sûr de bien comprendre votre deuxième question. Mais pour répondre à la première, c'est exactement ce que nous essayons de savoir. Est-ce rentable de procéder ainsi? Compte tenu de l'intérêt manifesté et des opinions arrêtées que certaines personnes ont sur le sujet, cela me semble être une question importante, puisqu'il s'agit d'une tout autre façon de commercialiser ces produits—and cela a manifestement piqué l'intérêt de l'industrie du tabac également.

[Texte]

is very important to the overall strategy of reduction of consumption of tobacco.

Mrs. Ur: I don't want to be the devil's advocate here, because I was a previous producer, which I don't like to admit to at times, and a health care professional—I've had a mixed bag of it. I don't know whether the plain packaging will be as cost-effective as we really think. People always turn to the cost of a cigarette. They have turned to making their own, rolling their own, so as far as packaging, I don't know whether it's going to be as relevant as we hopefully anticipated. The tastes of people out there are so varied now; what displeases me pleases someone else. It's going to be a really difficult challenge in that respect.

Mr. Foster: We are really interested in what some of the witnesses are going to say specifically to that issue. What is the consensus and how do these people see those particular parts of the issue? I think we need to hear them. I think we need to find out, for people who have lived on both sides of the issue, how important is this? If it has anything to do with reducing that overall cost, it is more than significant; it is incredibly significant.

Mrs. Ur: Are we going to be targeting a particular age/gender target in this packaging, one that would be more susceptible to the packaging approach?

Mr. Foster: Most of what I have seen relates to the image of the product. If you're talking about image, normally you associate that with young people. The new uptakes, particularly for young women, are increasing. So there is an aspect of this focused on that. But there are also other elements of it that are becoming clearer as we pursue this, what are called environmental tobacco smoke and second-hand smoke and the effect on particular target groups, for example, women, particularly pregnant women. There seems to be an enormous cost even from second-hand smoke. Once the package is done it'll affect everybody, but I think it's fair to say it may affect the young more, perhaps, than others who have already made those decisions.

[Traduction]

C'est très important pour la stratégie globale de réduction de la consommation de tabac.

Mme Ur: Je ne veux pas me faire l'avocat du diable, parce que j'ai moi-même été producteur de tabac, ce que je n'aime pas admettre parfois, et j'ai également exercé un métier dans le domaine de la santé. Je ne sais vraiment pas si l'emballage neutre sera aussi rentable qu'on le pense. Ce qui importe, en fait, c'est le prix d'une cigarette. Les gens se mettent à fabriquer leurs propres cigarettes, à rouler leurs propres cigarettes, ce qui m'amène à douter de l'efficacité de l'emballage. Les goûts des gens sont tellement variés; ce qui déplaît à quelqu'un plaira à quelqu'un d'autre. Je crois qu'il sera très difficile de parvenir à une réduction du tabagisme en changeant simplement d'emballage.

M. Foster: Ce que certains témoins vont dire à ce sujet nous intéressera au plus haut point. Qu'en pensent-ils, et comment analysent-ils toutes les différentes composantes de cette question? Nous devons écouter ce qu'ils ont à dire. Je crois qu'il est important de savoir de la bouche de ceux qui ont été d'un côté de la barrière et de l'autre aussi ce qui est important. Si on arrive à réduire ce coût global, ce sera un énorme pas en avant.

Mme Ur: Ce nouvel emballage s'adressera-t-il à un groupe d'âge ou à un sexe en particulier?

M. Foster: Je pense que c'est l'image que transmet le produit qui importe. S'il est question d'image, on associe normalement l'image aux jeunes. Le nombre de ceux qui commencent à fumer, en particulier les jeunes femmes, augmente. Nous allons donc essayer de cibler ceux qui débutent. Mais d'autres éléments entrent en jeu également au fur et à mesure que nous examinons la question, comme, par exemple, l'impact de la fumée de cigarette sur l'environnement ou de la fumée dans l'air ambiant et l'effet du tabac sur certains groupes cibles, en particulier sur les femmes et les femmes enceintes. Même la fumée dans l'air ambiant semble avoir des conséquences énormes. Cet emballage, quand il sera prêt, affectera tout le monde, mais sans doute aura-t-il un effet encore plus marqué sur les jeunes que sur ceux qui ont déjà pris ces décisions.

• 1100

We really are also trying to get to that first decision, to see if that can be modified.

Mrs. Ur: Thank you, Mr. Foster. Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thanks. Okay, I'm going to put a couple of questions myself.

I want to go back, Mr. Foster, to the reference in your briefing book to the tobacco demand reduction strategy. Maybe you should just take a minute or two to tell us something about this.

I get the sense from a couple of references you made that this strategy might extend beyond your department. Are there other departments involved, and if so, who's coordinating the strategy?

Mr. Foster: I'm going to ask Carole to give you the highlights of that. Perhaps, Mr. Chairman, we could pick up on the ones you want to focus on.

Nous essayons aussi d'influer sur cette première décision, si possible.

Mme Ur: Merci, monsieur Foster. Merci, monsieur le président.

Le président: Merci. Bien, je vais moi-même poser une ou deux questions.

J'aimerais, monsieur Foster, revenir à ce que vous dites dans votre document d'information à propos de la stratégie qui vise à réduire la demande de tabac. Peut-être pourriez-vous nous l'expliquer brièvement.

Une ou deux choses que vous avez dites m'ont fait penser que cette stratégie s'appliquerait peut-être aussi à d'autres ministères que le vôtre. Y a-t-il d'autres ministères en cause, et si oui, qui coordonne cette stratégie?

M. Foster: Je vais demander à Carole de vous en donner les grandes lignes. Peut-être pourriez-vous nous donner plus de précisions quant à ceux qui vous intéressent particulièrement.

[Text]

There are other departments involved. I've mentioned the acts we're responsible for, but it clearly involves the Solicitor General on the enforcement side. There is also the Excise Tax Act—that department. I'll let Carole give you a quick breakdown of the tobacco reduction strategy.

Ms Lacombe: Just one clarification, Mr. Chairman. Your question is...what I can present to you is the elements.

The Chairman: We have the elements, Carole, in the kits. We read well. That's not the problem. What we need to know is how widespread the strategy is. You now have acknowledged there are other departments involved. My other question was who is coordinating the strategy.

Ms Lacombe: It depends on what strategy you're talking about.

The Chairman: Well, the one I mentioned is called the tobacco demand reduction strategy.

Ms Lacombe: That's the Health Canada strategy. We're coordinating it.

The Chairman: That involves no other departments?

Ms Lacombe: Well, we're consulting with the provinces. We're consulting with the national health groups. In certain particularities of this strategy, there is some coordination with the other departments. As an example, the Tobacco Sales to Young Persons Act was proclaimed on February 8.

However, there are amendments now in second reading in the House regarding the ban of kiddie packs. We are coordinating with Revenue Canada and Finance because it's Bill C-11 and there are three pieces of legislation.

The Chairman: Yes. Okay, I've only got five minutes. I just want to get on to two other issues. Mr. Foster, the study you talk about on plain packaging going on in the department—when did it start?

Mr. Foster: I'll let Murray tell you what he's been doing in terms of these tobacco studies. The plain packaging study we're talking about—we've just begun to look at the aspects we think we should focus on that complement what this organization will do and what will fill the gaps in those other studies.

The Chairman: Mr. Foster, you should have been a politician.

Mr. Foster: Perhaps in my next career.

The Chairman: The question is when. Was it yesterday morning? Was it 19 months ago? When did your study begin? That's a fairly simple question.

Mr. Foster: Studying tobacco as an issue?

The Chairman: No. You told the committee you're doing a plain packaging study with a view to terminating it by the end of the year. My question is simply when did that study begin.

[Translation]

D'autres ministères sont effectivement en cause. J'ai donné la liste des lois dont nous avons la responsabilité, mais il est clair que la responsabilité de faire respecter la loi revient au solliciteur général. Il faut aussi penser au ministère responsable de la Loi sur la taxe d'accise. Mais je vais demander à Carole de vous donner un bref aperçu de la stratégie de réduction de la demande de tabac.

Mme Lacombe: Je vous demanderais un seul éclaircissement, monsieur le président. Votre question portait sur... Je peux vous expliquer les divers éléments de la stratégie.

Le président: Nous avons les éléments, Carole, dans nos trousse. Nous savons très bien lire. Le problème est ailleurs. Nous voulons connaître l'envergure de la stratégie. Vous avez reconnu que d'autres ministères étaient en cause. Quant à mon autre question, je vous ai demandé qui coordonnait la stratégie.

Mme Lacombe: Tout dépend de la stratégie dont vous parlez.

Le président: Je vous ai parlé de la stratégie qui vise à réduire la demande de tabac.

Mme Lacombe: C'est la stratégie de Santé Canada. C'est nous qui en faisons la coordination.

Le président: Aucun autre ministère n'y participe?

Mme Lacombe: Eh bien, nous consultons les provinces. Nous consultons les groupes nationaux dans le domaine de la santé. Nous faisons appel aux autres ministères pour coordonner certains éléments particuliers de la stratégie. Par exemple, la Loi sur la vente du tabac aux jeunes a été proclamée le 8 février.

Toutefois, la Chambre est maintenant saisie, en deuxième lecture, de certains amendements visant à interdire la vente des petits paquets de cigarettes destinés aux jeunes. Nous travaillons avec Revenu Canada et le ministère des Finances, parce qu'il s'agit du projet de loi C-11 et parce qu'il y a trois lois en cause.

Le président: Oui. Bien, je ne dispose que de cinq minutes. Il y a deux autres sujets dont je veux vous parler. Monsieur Foster, quand l'étude sur l'emballage banalisé effectuée par votre ministère a-t-elle été amorcée?

M. Foster: Je vais donner la parole à Murray, pour qu'il puisse faire le point sur ces études qui portent sur le tabac. Quant à cette étude sur l'emballage banalisé à laquelle nous avons fait allusion... nous ne faisons que commencer à réfléchir à ces aspects de la question, et nous pensons que nous devrions axer nos efforts sur des éléments qui viendront compléter ce que vous allez faire ici, ainsi que les conclusions de ces autres études.

Le président: Monsieur Foster, vous auriez dû faire de la politique.

M. Foster: Peut-être sera-ce ma prochaine carrière.

Le président: Mais voici ma question: quand? Était-ce hier matin? Était-ce il y a 19 mois? Quand avez-vous commencé cette étude? C'est une question relativement simple.

M. Foster: Vous voulez dire l'étude du tabac en tant que problème?

Le président: Non. Vous avez dit au comité que vous étiez en train d'effectuer une étude sur l'emballage banalisé que vous espériez terminer d'ici à la fin de l'année. Je vous demande simplement quand vous avez commencé votre étude.

[Texte]

Mr. Foster: We have not begun the study.

The Chairman: Okay. Could you tell us how you think the two studies differ—the study of this committee and your study on plain packaging.

Mr. Foster: I'm not sure they differ. We're looking for the witnesses to bring to the committee the views of their particular groups related to plain packaging. Should it be? Shouldn't it be? Should the government be pursuing this? Should we have legislation?

What we're looking at are the marketing aspects of actual plain packaging. Should there be trademarks? Shouldn't there be trademarks? Should it be a certain colour? Should it have certain features to it that make it unattractive, etc.? We're looking at the marketing aspect, the physical make-up of the packages, and hopefully what behaviour patterns would result from those changes.

[Traduction]

M. Foster: Nous n'avons pas commencé l'étude.

Le président: Bien. Pourriez-vous nous dire quelle est, selon vous, la différence entre l'examen qu'effectue notre comité et votre étude prévue de l'emballage banalisé?

M. Foster: Je n'en suis pas sûr. Nous essayons de voir quels témoins devraient soumettre leurs opinions au comité, au nom de groupes divers, en ce qui a trait à l'emballage banalisé. Devrait-on l'introduire ou non? Le gouvernement devrait-il se pencher là-dessus? Devrait-il y avoir une loi?

Nous examinons la commercialisation des produits vendus dans des emballages neutres. Devrait-il y avoir des marques de commerce? Devrait-on les omettre? Les paquets devraient-ils être d'une certaine couleur? Devrait-on y ajouter ou omettre certains éléments pour les rendre moins attrayants? Nous nous penchons sur l'aspect commercialisation, sur l'aspect physique des paquets, et sur les modifications de comportement escomptées que pourraient entraîner ces changements.

• 1105

The Chairman: I heard you say, Mr. Foster, earlier in your statement that you didn't have the information yet to make a decision on the issue of plain packaging. Is that correct?

Mr. Foster: That's correct.

The Chairman: Then I heard you say in response to one of the recent questions, and I wrote this down, "we want to move on plain packaging as soon as possible". Which is it? Have you made up your mind or not?

Mr. Foster: I consider moving on plain packaging what I've been doing this morning before your committee. I consider having Dr. Kaiserman work out the details of what our actual study is going to do, I consider the minister having told me to get on with developing an approach to plain packaging—Mr. Chairman, that's what I meant by moving on this.

The Chairman: All right.

Mr. Foster: So I consider we are moving now.

The Chairman: So you are saying moving to examine, not moving to implement as such.

Mr. Foster: Exactly.

Mr. Pagtakhan: That is the beauty of the English language.

I would also like to say there is another beauty in the English language and philosophy, that absence of evidence is no evidence of absence, and I think it would be a good guidance to ask, as we look—

The Chairman: Are you writing this stuff for him, Paul?

Mr. Pagtakhan: Mr. Chairman, in a more serious vein, the department has said it is undertaking a study, and I assume an experimental design of that study will be made in due time, if it has not already been designed. Would the department be kind

Le président: Monsieur Foster, je vous ai entendu dire auparavant, dans votre allocution, que vous n'aviez pas l'information nécessaire pour prendre une décision en ce qui a trait à l'emballage neutre. Est-ce exact?

M. Foster: C'est exact.

Le président: Puis, en réponse à une question qui a été posée il n'y a pas longtemps—je l'ai d'ailleurs notée—vous avez dit: «En matière d'emballage banalisé, nous voulons agir le plus rapidement possible.» Quelle déclaration est la bonne? Avez-vous décidé d'agir, oui ou non?

M. Foster: Quand je dis que nous voulons agir le plus rapidement possible en ce qui a trait à l'emballage banalisé, je pense à des activités comme notre comparution devant votre comité ce matin. Je pense aussi au travail qu'effectue M. Kaiserman, qui doit préciser les objectifs de notre étude, et je pense à ce que la ministre m'a dit: elle m'a demandé de mettre au point une approche en ce qui a trait à l'emballage banalisé. Monsieur le président, voilà ce que je voulais dire quand j'ai dit cela.

Le président: Très bien.

M. Foster: Je considère donc que nous agissons actuellement.

Le président: Quand vous parlez d'agir, vous parlez donc plutôt d'examen que de mise en oeuvre en tant que telle.

M. Foster: Exactement.

Mr. Pagtakhan: Tout cela illustre bien le génie de notre langue.

De plus, la beauté de notre langue et son génie me permettent de dire que l'absence de preuve ne prouve pas l'absence, et je pense qu'il serait utile de demander...

Le président: Est-ce que vous écrivez cela pour lui, Paul?

Mr. Pagtakhan: Monsieur le président, pour passer aux choses sérieuses, le ministère a dit qu'il entreprenait une étude, et j'imagine que cette étude sera précédée d'un plan provisoire en temps utile, si ce n'est déjà fait. Le ministère pourrait-il

[Text]

enough to share with the committee, as soon as possible, the design of this study on plain packaging so that the committee could profit from such design, as it will help us inquire into it, as we question witnesses? Would the department make that undertaking to the committee this morning?

Mr. Foster: I'd certainly make it, under the direction I have from my minister, to provide you with whatever information is pertinent to the committee's deliberations, and I would consider that to be part of it.

Mr. Pagtakhan: It is not so much information.

Mr. Foster: No, I understand. You want to see the design of the study.

Mr. Pagtakhan: I think it would be very useful to all of us and to the department.

Secondly, I have heard that there are contradictory results. Mrs. Lacombe has indicated that on this issue we are doing more study. In fact, a study is about to be begun. Following the question of the chair, I would just like to be sure, in my own mind, at this point, from your perspective, that you are not yet convinced that plain packaging would be an effective tool. Is that a fair assessment?

Mr. Foster: No. If you want my personal opinion, I think it can be effective. That is my personal opinion. As I have said previously, I'd like to do the science and have the proof of that, and that's what I hope this will do. I think it could be a significant feature of an anti-smoking strategy. But I'm going on my own personal opinion at this point and what is available to this point.

Mr. Pagtakhan: I appreciate that. You indicated as well, Mr. Foster, earlier, that you do not know enough, and you have reiterated the sentiment, and that the study, when it is begun, will conclude about the end of December of this year. Is that right?

Mr. Foster: That's the timeframe we're working to.

Mr. Pagtakhan: What would you be able to tell the committee today? Would it be premature for us to expect that it would be feasible to implement any plain packaging plan before the end of December 1994?

Mr. Foster: Let's approach it from two aspects. As an engineer, I look at something being feasible as being able to be done. Notwithstanding other factors, it could be done.

[Translation]

communiquer le plan de cette étude de l'emballage banalisé au comité le plus rapidement possible, car cela pourrait nous être utile quand nous allons interroger les témoins? Le ministère pourrait-il s'engager ce matin à fournir ce plan au comité?

M. Foster: Je m'engagerais certainement, d'après les directives que m'a données la ministre, à vous fournir toute information pertinente aux délibérations du comité, et ce plan en ferait partie, selon moi.

M. Pagtakhan: Ce n'est pas tellement d'information dont il s'agit.

M. Foster: Non, je comprends. Vous voulez voir le plan de l'étude.

M. Pagtakhan: Je pense que cela nous serait très utile à tous, ainsi qu'au ministère.

Deuxièmement, j'ai entendu dire que certaines conclusions étaient contradictoires. Mme Lacombe a précisé qu'on effectuait d'autres études sur le sujet. On est sur le point d'entreprendre une étude, de fait. Pour donner suite à la question du président, je veux simplement m'assurer que vous n'êtes pas encore convaincu, au moment où je vous parle, de l'efficacité de l'emballage banalisé. Vous ai-je bien compris?

M. Foster: Non. Si vous voulez mon opinion personnelle, je pense que l'emballage banalisé peut être efficace. C'est mon opinion personnelle. Comme je l'ai dit auparavant, j'aimerais vérifier mon impression à l'aide de travaux scientifiques qui nous en donneront la preuve, et j'espère que c'est ce que cette étude nous permettra de faire. Je pense que l'emballage banalisé pourrait être un élément important d'une stratégie contre le tabac. Toutefois, pour soutenir ce que j'avance, je n'ai à l'heure actuelle que mon opinion personnelle et les données existantes.

M. Pagtakhan: Je comprends. Vous avez aussi dit auparavant, monsieur Foster, que les données dont vous disposez vous semblaient insuffisantes, vous l'avez répété, et vous avez ajouté que cette étude, quand vous l'aurez commencée, devrait être terminée à la fin du mois de décembre 1994. Est-ce exact?

M. Foster: En matière de délai, ce sont nos objectifs.

M. Pagtakhan: Que pouvez-vous dire au comité dès aujourd'hui? Pensez-vous que nous puissions, avant la fin du mois de décembre 1994, espérer mettre en oeuvre l'emballage banalisé? Est-ce faisable?

M. Foster: Regardons la chose selon deux perspectives. En tant qu'ingénieur, je pense que ce qui est faisable, c'est ce qui peut se faire. Nonobstant l'intervention d'autres facteurs, cela pourrait se faire.

• 1110

What are the other factors? I'm not an expert on how long it takes to get legislation through the House, but if it required legislation, there is a time requirement associated with that, depending on the will of government and the will of the House whether this particular item would move quickly or slowly or something in between. It is feasible, but then the realities of the day have to be considered. Is this the will of what needs to be done? Are people going to get it done?

Quels sont les autres facteurs? Je ne suis pas expert quand il s'agit de déterminer le temps qu'il faut pour faire adopter un projet de loi par la Chambre, mais s'il fallait un projet de loi, il faut respecter certains délais, et le temps qu'il faut pour qu'un projet devienne loi dépend aussi de la volonté du gouvernement et de la volonté de la Chambre; les choses peuvent procéder à un rythme lent, normal ou rapide, selon les cas. C'est faisable, mais il faut tenir compte des réalités du jour. A-t-on la volonté de le faire? Est-ce que cela se fera?

[Texte]

Mr. Pagtakhan: Are you telling the committee it would be feasible to implement the plan even before the completion of the departmental study. Did I hear that correctly?

Mr. Foster: No. I'm sorry. I hope I didn't indicate that. You asked me if it was feasible.

Mr. Pagtakhan: Yes, I did.

Mr. Foster: To me that means, if everything went well, we had the information, we waited and got the recommendations and it said, do this, it's feasible. But I have said that I think we need that information before we make that decision. I don't think it would be wise to prejudge that decision.

Mr. Pagtakhan: So you're saying, then, that it is feasible to conclude your study before the end of December 1994?

Mr. Foster: Yes, it's feasible.

Mr. Pagtakhan: Thank you. That's all.

The Chairman: Are there any other members who wish to intervene? If not, it remains for me to thank the witnesses and to indicate that our hearings in the next few days are as follows. on Thursday we'll be meeting at 9 a.m. for a public hearing in which we'll hear from the Non-Smokers' Rights Association and the Canadian Cancer Society. The following Tuesday—a week from today—we're going to be hearing from the Canadian Lung Association. Shorewood Packaging may be another group. We also have a brief meeting in camera with the Department of Justice before that, on Tuesday morning.

This hearing stands adjourned.

[Traduction]

M. Pagtakhan: Dites-vous au comité qu'il serait concevable de mettre en oeuvre le plan avant même que l'étude ministérielle ne soit terminée? Vous ai-je bien entendu?

M. Foster: Non. Je suis désolé. J'espère que je ne vous ai pas laissé cette impression. Vous m'avez demandé si c'était faisable.

M. Pagtakhan: C'est exact.

M. Foster: Ce serait faisable, pour moi, si tout allait bien, si nous avions l'information en main, si nous avions des recommandations nous disant d'aller de l'avant. Mais il nous faut cette information, comme je l'ai dit, avant de pouvoir prendre cette décision. Je pense qu'il ne serait pas sage d'anticiper sur cette décision.

M. Pagtakhan: Vous nous dites donc que vous pourriez conclure votre étude avant la fin de décembre 1994?

M. Foster: Oui, c'est possible.

M. Pagtakhan: Merci. C'est tout.

Le président: D'autres membres du comité désirent-ils prendre la parole? Sinon, il ne me reste plus qu'à remercier les témoins et à vous communiquer l'échéancier de nos prochaines réunions pour les quelques jours suivants: jeudi, nous nous réunirons à 9 heures pour une audience publique au cours de laquelle nous entendrons l'Association des droits des non-fumeurs et la Société canadienne du cancer. Le mardi suivant—nous entendrons l'Association pulmonaire du Canada. Nous entendrons peut-être aussi Shorewood Packaging. Auparavant, le mardi matin, nous aurons aussi une brève réunion à huis clos avec des représentants du ministère de la Justice.

La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Health Canada:

Kent Foster, Assistant Deputy Minister, Health Protection Branch;

Murray Kaiserman, Acting Head, Tobacco Section, Bureau of Chemical Hazards—Health Protection Branch;

Carole Lacombe, Director, Product Safety, Health Protection Branch.

TÉMOINS

De Santé Canada:

Kent Foster, sous-ministre adjoint, Direction générale de la protection de la santé;

Murray Kaiserman, chef intérimaire, Unité de tabac, Direction générale de la protection de la santé;

Carole Lacombe, directeur de la sécurité des produits, Direction générale de la protection de la santé.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing, Public Works and Government Services Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

XC 28

- H 39

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 2

Thursday, April 14, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 2

Le jeudi 14 avril 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la

Health

Santé

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging
of Tobacco Products

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur
la banalisation des produits du tabac

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, APRIL 14, 1994

(7)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 9:00 o'clock a.m. this day, in Room 371, West Block, the Acting Chair, Rey Pagtakhan, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curren, Research Officers.

Witnesses: From the Non-Smokers' Rights Association: Garfield Mahood, Executive Director; David Swenor, Senior Legal Council; Luc Martial, Political Analyst. *From the Canadian Cancer Society:* Gary Semenchuk, Chair, National Public Issues Committee; Don Iverson, Director, Center of Behavioral Research and Program Evaluation, National Cancer Institute of Canada; Ken Kyle, Director of Public Issues; Lyne Deschênes, Research Assistant; Rob Cunningham, Consultant.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee resumed consideration of its study on Plain Packaging of Tobacco Products (*See Minutes of Proceedings, Tuesday, April 12, 1994, Issue No. 1*).

The witnesses from the Non-Smoker's Rights Association made statements and answered questions.

Pauline Picard moved,—That the committee invite before April 26 the Minister of Health, the Honourable Diane Marleau and summon civil servants in order to undertake a thorough evaluation, position by position, of the expenditures of the Department and those agencies coming under the minister's responsibility, with the help of all documents and files necessary to successfully carry out this evaluation, including those documents relating to the Government's planned expenditure cuts, the whole as proposed by the Prime Minister during the Question Period of April 13th, 1994.

It was agreed,—That debate on the motion be deferred until after all the witnesses had been heard.

At 10:12 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:16 o'clock a.m., the sitting resumed.

Gary Semenchuk and Lyne Deschênes from the Canadian Cancer Society made statements and, with the other witnesses from the Canadian Cancer Society, answered questions.

After debate on the motion previously moved by Pauline Picard, the question was put and negatived.

At 11:21 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

PROCÈS-VERBAL

LE JEUDI 14 AVRIL 1994

(7)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 heures, dans la salle 371 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Rey Pagtakhan (*vice-président*).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curren, attachés de recherche.

Témoins: De l'Association pour les droits des non-fumeurs: Garfield Mahood, directeur exécutif; David Swenor, conseiller juridique senior; Luc Martial, analyste de politiques. *De la Société canadienne du cancer:* Gary Semenchuk, président, Comité national des questions d'intérêt public; Don Iverson, directeur, Centre de recherche sur le comportement et l'évaluation des programmes, Institut national du cancer du Canada; Ken Kyle, directeur, Questions d'intérêt public; Lyne Deschênes, assistante de recherche; Rob Cunningham, consultant.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend l'étude de la banalisation des produits du tabac (*voir les Procès-verbaux et témoignages du mardi 12 avril 1994, fascicule n°1*).

Les témoins de l'Association pour les droits de non-fumeurs font des exposés et répondent aux questions.

Pauline Picard propose—Que le Comité invite, avant le 26 avril, la ministre de la Santé, l'hon. Diane Marleau, et convoque les fonctionnaires afin d'entreprendre l'analyse complète de toutes les dépenses de son ministère et des organismes relevant de son autorité, avec l'aide de tous les documents et dossiers nécessaires à la bonne conduite de cette opération, de même que des documents traitant des coupures de dépenses projetées par le gouvernement, le tout tel que proposé par le premier ministre à la période des questions du 13 avril 1994.

Il est convenu—Que le débat de la motion soit reporté après avoir entendu les témoins.

À 10 h 12, la séance est suspendue.

À 10 h 16, la séance reprend.

Gary Semenchuk et Lyne Deschênes, de la Société canadienne du cancer, font un exposé et, avec les autres témoins, répondent aux questions.

Après débat, la motion de Pauline Picard, mise aux voix, est rejetée.

À 11 h 21, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

Clerk of the Committee

La greffière du Comité

Carmen DePape

[Text]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Thursday, April 14, 1994

[Translation]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le jeudi 14 avril 1994

● 0903

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I would like to call the meeting to order. Welcome to all of you.

We have before us witnesses from the Non-Smokers' Rights Association. We have one hour for your presentation, and that will include questions and answers from the committee members. So if you could make the best use of that, with your best strategy, we would appreciate it.

Without much further ado, I would like to call on the witnesses to introduce themselves. Please proceed.

Mr. Garfield Mahood (Executive Director, Non-Smokers' Rights Association): Thank you very much, Mr. Chairman.

My name is Garfield Mahood. I am the executive director of the Non-Smokers' Rights Association and a member of the National Campaign for Action on Tobacco. I have with me Luc Martial, who is a policy analyst with our association. Also present is David Swenor, senior legal counsel for the Non-Smokers' Rights Association and a person I am sure you will recognize from the media with respect to tobacco control issues and analysis of the economics of tobacco and the Canadian tobacco industry.

● 0905

In the Non-Smokers' Rights Association we have a national non-profit organization with members in every province. We have a staff of eight full-time people with our association. I think it is fair to say that working in concert with major members of the national health community, our association led the campaign for the landmark Tobacco Products Control Act. I think it is also fair to say it was our association that was the driving force behind the new tobacco warnings that are going on cigarette packages later this year.

I also think it is very clear that we played a major role, and probably the leading role, in bringing Canadian tobacco taxation to world levels. I think that initiative, more than any other, has led to Canada's world precedent-setting declines in tobacco consumption.

So we have played a major role. We have been in business for 20 years. We have played a major role in the tobacco control scene in Canada.

Because we are the initial presentation from the national health community, I would like to establish for you some context from the voluntary perspective with respect to the significance of this initiative.

I was a plenary speaker at the seventh World Conference on Smoking and Health in Perth, Australia. Speaking ahead of me was Dr. Richard Peto, one of the most renowned epidemiologists in the world, based at Oxford University in England. Dr. Peto tabled the blockbuster World Health Organization study with his colleague, Dr. Lopez.

Le vice-président (M. Pagtakhan): La séance est ouverte. Bonjour à tous.

Nos témoins sont les représentants de l'Association pour les droits des non-fumeurs. Nous disposons d'une heure pour votre exposé, ce qui comprend les questions des membres du comité et les réponses. Par conséquent, nous apprécierions que vous fassiez pour le mieux, en utilisant la stratégie qui vous semble la plus efficace.

Je demanderais aux témoins de se présenter sans plus de formalités. Allez-y.

M. Garfield Mahood (directeur exécutif, Association pour les droits des non-fumeurs): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je m'appelle Garfield Mahood. Je suis directeur exécutif de l'Association pour les droits des non-fumeurs et je suis membre de la Campagne nationale d'action contre le tabac. Voici Luc Martial, analyste des politiques de notre association. Je vous présente également David Swenor, conseiller juridique principal de l'association. Je suis sûr que vous avez déjà entendu parler de lui dans les médias, dans des articles et des émissions portant sur la lutte contre le tabagisme et sur l'analyse des incidences économiques du tabac et de l'industrie du tabac au Canada.

●

L'Association pour les droits des non-fumeurs est une organisation nationale à but non lucratif qui a des membres dans toutes les provinces. Il y a huit personnes qui travaillent à plein temps pour l'association. On peut dire que c'est notre association qui a mené, de concert avec les représentants importants des milieux de la santé, la campagne en faveur de la Loi réglementant les produits du tabac, qui a fait date dans notre histoire. Je crois qu'il est juste d'ajouter que notre association est la principale instigatrice des nouveaux avertissements qui seront imprimés sur les paquets de cigarettes dans le courant de l'année.

Il est indéniable que c'est en partie, voire principalement, grâce à nous que les taxes canadiennes sur le tabac ont été amenées au niveau des taxes imposées dans les autres pays. Je crois que c'est surtout grâce à cette initiative que la consommation de tabac a considérablement baissé au Canada et à ce titre, notre pays a montré l'exemple au monde entier.

Nous avons par conséquent joué un rôle important. L'association existe depuis 20 ans. Nous avons joué un rôle marquant dans la lutte contre le tabagisme au Canada.

Étant donné que nous sommes la première organisation nationale de protection de la santé à faire un exposé, je vais vous donner quelques explications qui indiquent l'importance de cette initiative, du point de vue d'une organisation bénévole.

J'ai pris la parole à une séance plénière de la septième Conférence mondiale sur l'usage du tabac et la santé, qui a eu lieu à Perth, en Australie. J'y ai pris la parole après le Dr Richard Peto, un des épidémiologistes les plus réputés du monde, qui est à l'Université d'Oxford, en Angleterre. Le Dr Peto a déposé avec son collègue, le Dr Lopez, l'étude marquante de l'Organisation mondiale de la santé.

[Texte]

The study they tabled predicts that the international tobacco industry will kill more than 500 million people on the globe. A half-billion people will die premature deaths at the hands of the international tobacco industry unless, said Dr. Peto, extraordinary steps take place to intervene in that catastrophe.

Just to put it into some context, because certainly the press at the world conference was blown away by the figures, 500 million deaths represents eight times the highest estimate for military and civilian casualties during the entire Second World War. The highest estimate is 60 million deaths. This industry thinks it has the right to continue to promote havoc and health disease problems of this magnitude without serious interference.

What we have to do today and thereafter, in our opinion, is to start to take some of the serious steps that would interfere in a problem of that magnitude.

I mentioned that we have world precedent-setting declines. At least we had those until February 8, with the tobacco tax roll-back. Our estimates, the estimates done by Harvard's Dr. Robert Allen, are that as a result of the tax roll-back—you saw the latest roll-back in Nova Scotia today—and as a result of that major price decline, we will see something in excess of 800,000 smokers either rejoin the market or join the market for the first time this year as a result of that roll-back. We might expect somewhere in the neighbourhood of 200,000 to 250,000 deaths ultimately to flow from that decision.

What we have to do in the national health community and in government is to take some of the extraordinary steps that will be necessary to mitigate the damage that will flow from that decision. We should be taking them in any event, but certainly we'll have to take those steps. So it is in this context that the government is looking at plain cigarette packages.

• 0910

Having said that, I would like to give Luc Martial an opportunity to address this in French.

M. Luc Martial (analyste des politiques, Association pour les droits des non-fumeurs): Bonjour.

L'un des objectifs de la Loi réglementant les produits du tabac, en 1989, était d'éliminer la promotion et la publicité des produits du tabac qui ciblaient entre autres nos jeunes. Depuis ce temps-là, l'industrie du tabac a réussi à contourner cette loi et continue même aujourd'hui de faire ce genre de marketing auprès des jeunes en subventionnement des événements culturels et sportifs.

Par exemple, Craven A subventionne des événements musicaux. Si on regarde bien, on peut voir que le style, le logo et le design de la pancarte ressemblent tout à fait aux paquets de cigarettes de la compagnie. Même aujourd'hui, on associe très facilement la marque de cigarettes Player's aux courses de voitures, la marque de cigarettes Matinée à des tournois de tennis et des événements de mode et la marque du Maurier à des tournois de golf et au Festival de jazz de Montréal.

[Traduction]

D'après cette étude, l'industrie mondiale du tabac tuera plus de 500 millions de personnes dans le monde. Il y aura un demi-milliard de décès prématrés causés par l'industrie mondiale du tabac, à moins que des mesures extraordinaires ne soient prises pour enrayer cette catastrophe, a dit le Dr Peto.

Juste pour vous donner une petite idée de ce que cela représente—it faut dire que les journalistes présents à la conférence mondiale ont été sidérés—, cela représente huit fois le nombre estimatif le plus élevé des victimes militaires et civiles de la Seconde Guerre mondiale. D'après l'estimation la plus élevée, cette guerre a fait 60 millions de victimes. L'industrie du tabac pense qu'elle a le droit de continuer à causer des ravages et des problèmes de santé de cette ampleur sans que l'on intervienne de façon énergique dans ses affaires.

À notre avis, il faut se mettre dès aujourd'hui à prendre certaines mesures radicales pour essayer d'enrayer un problème de cette envergure.

J'ai signalé que la consommation de tabac a diminué plus rapidement chez nous que dans n'importe quel autre pays du monde. C'était vrai du moins avant le 8 février, avant que l'on n'abaisse la taxe sur le tabac. D'après nos prévisions, d'après les prévisions du Dr Robert Allen de l'Université de Harvard, plus de 800 000 personnes se remettront à fumer ou se mettront à fumer pour la première fois cette année à cause de cette initiative; pas plus tard qu'aujourd'hui, on a réduit la taxe sur le tabac en Nouvelle-Écosse. On peut s'attendre à ce que cette décision soit la cause de 200 000 à 250 000 décès.

Il faut que les milieux de la santé et les pouvoirs publics prennent certaines mesures extraordinaires nécessaires pour limiter les dégâts causés par cette décision. De telles mesures auraient été de toute façon souhaitables, mais maintenant nous n'avons plus le choix. C'est donc dans ce contexte que le gouvernement envisage la banalisation des produits du tabac.

Je vais maintenant laisser la parole à Luc Martial qui va vous parler en français.

Mr. Luc Martial (Policy Analyst, Non-Smokers' Rights Association): Good morning.

One of the objectives of the Tobacco Product Control Act was to eliminate youth targeted promotion and advertising for tobacco products in particular. In the meantime, the tobacco industry has been able to go around this legislation and today it continues this kind of youth targeted marketing by subsidizing cultural and sporting events.

For example, Craven A subsidizes musical events. When we look closely, we can see that the style, the logo and the design of the sign are completely the same as the cigarette packages of the company. Even presently, it is easy to relate Player's cigarettes to car races, Matinée cigarettes to tennis tournaments and fashion events, and du Maurier cigarettes to golf tournaments and Montreal Jazz Festival.

[Text]

C'est sur ce point-là qu'on s'arrête aujourd'hui. L'emballage générique mettrait fin à ce genre de marketing qui cible entre autres nos jeunes. De plus, l'emballage générique donnerait de la crédibilité à notre Loi réglementant les produits du tabac et enverrait un message clair et simple: ce produit n'est pas comme les autres; la nature dangereuse de ce produit n'est plus maintenant une question d'opinion.

Mr. Mahood: Thank you, Luc.

My apologies to the committee and the chair for the fact that David and I are unilingual anglophones.

At this time I would like to explain why we think the plain packaging initiative is absolutely critical in tobacco reform.

Ladies and gentlemen of the committee, the tobacco packaging now on the market is just about the most beautiful consumer packaging available anywhere in the world, and it can get better. There is no question that millions of dollars have been spent on package designs, to in effect ask the consumer to try this product.

Packaging has always been the most important part of the marketing process for the tobacco industry. Tobacco package advertisements, in our opinion, are more important than all the billboards, magazine and newspaper advertisements, and sponsorships combined.

There is a reason for this. If we were busy, we could go for a full week and not pick up a magazine or see a tobacco advertisement until the end of the week. If you and I travelled the same route, we might never see a billboard advertisement. But there are 2 billion tobacco packages sold, marketed, printed and in the system every year. These come out of shirt pockets and purses 25 to 30 times a day. That makes a total number of exposures well in excess of 50 billion to 60 billion per year. This dwarfs all other forms of tobacco advertisements.

It takes on importance for yet another reason. Every time a child sees a cigarette package advertisement, it comes complete with an endorsement. A billboard ad doesn't and a magazine ad doesn't, but the package advertisement does. It is being used by a significant model—a mother, a father, a sister or a brother—and implicitly the message is that we endorse this product. Clearly, it can't be as dangerous as people say it is, because the mother, father, sister, brother, older friend or relative are using it. So these 50 billion to 60 billion exposures are coming with endorsements virtually every time they're used.

Now, Ms De Pape, could we just send these around the committee. I want to show you how offensive this industry can be when it targets. When this industry gets desperate—it's not that desperate yet; it's still making record profits in this country—this is the kind of marketing you are going to see. These beautiful little white packages have been created to target little girls. How do you tell a little girl that this is a dangerous product when it's white with candy stripes like a perfume

[Translation]

This is the point we are considering today. The plain pack would put an end to this kind of youth targeted marketing. Moreover, the plain pack would give credibility to the Tobacco Products Control Act and would send a clear and simple message: this product is unlike any other; the dangerous nature of this product is not anymore a matter of opinion.

M. Mahood: Merci, Luc.

Je vous prie de vouloir nous excuser, David et moi, d'être unilingues anglophones.

Je vais maintenant vous expliquer pourquoi nous estimons qu'il est absolument essentiel d'adopter un emballage neutre pour le tabac si l'on veut procéder à une réforme.

Mesdames et messieurs, les emballages qui sont actuellement sur le marché sont les plus beaux emballages de produits de consommation que l'on puisse trouver dans le monde et ils peuvent encore s'améliorer. Il ne fait aucun doute que l'industrie consacre des millions de dollars à la conception des emballages, pour inciter le consommateur à essayer les produits.

L'emballage a toujours été l'élément capital des méthodes de marketing de l'industrie du tabac. La publicité qui vient des paquets proprement dits est à notre avis plus importante que les panneaux publicitaires, que la publicité dans les revues et les journaux et que le parrainage de toutes sortes de manifestations.

Cela s'explique du fait que lorsqu'on est très occupé pendant une semaine d'affilée, on peut très bien ne pas lire une seule revue ni voir des annonces pendant ce temps-là. À supposer que nous emprunions la même route, il est possible que nous ne remarquions pas les panneaux publicitaires. Par contre, chaque année, on vend, on imprime et on met en circulation deux milliards de paquets qui contiennent du tabac. Les paquets de cigarettes surgissent du sac à main ou de la poche de chemise vingt-cinq ou trente fois par jour. Cela veut dire que l'on sort un paquet de cigarettes plus de 50 ou 60 milliards de fois par an. Cette publicité détrône toutes les autres sortes de publicité.

Elle prend de plus en plus d'importance pour une autre raison. Chaque fois qu'un enfant voit un paquet de cigarettes, l'usage du tabac est sanctionné, ce qui n'est pas le cas pour un panneau publicitaire ni pour une annonce dans une revue. Dans le cas du paquet de cigarettes, la publicité est faite par un modèle important—la mère, le père, une soeur ou un frère—and le message implicite est que nous sanctionnons ce produit. Cela veut dire qu'il ne peut pas être aussi dangereux qu'on le dit, puisqu'il est utilisé par la mère, le père, une soeur, un frère, un ami ou une amie plus âgés ou un autre membre de la famille. Par conséquent, on peut dire que l'usage du tabac est sanctionné 50 ou 60 milliards de fois, c'est-à-dire presque chaque fois que l'on sort un paquet de cigarettes.

• 0915

Madame De Pape, pourrait-on distribuer ceci aux membres du comité? Je voudrais vous montrer que l'industrie peut employer des tactiques offensives quand elle décide de cibler un segment du marché. C'est le genre de marketing que feront les compagnies quand elles seront désespérées... elles ne le sont pas encore, elles font toujours des profits record. Ces beaux petits paquets blancs ont été créés à l'intention des jeunes filles. Comment faire comprendre à une jeune fille que c'est un

[Texte]

package? I would like to pass this around. These are the most elegant packages you will ever see. These are Virginia Slims and they look like little perfume packages. This one is Eve Lights. These are all manufactured for little girls. This one symbolizes freedom. This is the Capri brand. Here's Vogue and Misty. You can't tell a young lady—and this government has established that they're very concerned about smoking among child and adolescent females.

When you see that kind of packaging you will understand why the plain package is so critical. I am going to pass two or three of these around as well so you can take a look at them. These are not our recommended plain packages, incidentally, even though we made them up. It is just that they're very easy to construct. These plain packages are in white. In fact, a better plain package could very well be in a buff colour or a yellow colour, but, clearly, a colour that is not attractive.

A plain package is a package that is a one-colour package. It has no trademarks, colours, or graphics designed to sell. These packages have the new Canadian warnings coming out this fall, so they're adjusted. This package that has the colour in the warning is what a plain package could look like—this is not the new warning—and it is the same thing for one that has some red on it. I will just pass those around so you can see what they might look like.

Having established why this is so important, I will mention some ancillary benefits of the plain package that are quite apart from the things you're going to learn as you go through the hearings and from the Canadian Cancer Society who will follow us. There are some ancillary benefits that are absolutely critical, and I would like our lawyer, David Sweanor, to address the added benefits that will come from stripping the package of its sophistication and its allure.

Mr. David Sweanor (Senior Legal Counsel, Non-Smokers' Rights Association): I think it's important when we look at plain packaging to recognize that there are the direct benefits, but there are some very significant indirect benefits we get from moving to this type of packaging.

One, as Luc has already indicated, is the whole issue of sponsorships. The tobacco industry is clearly involved in using a loophole under the Tobacco Products Control Act to, in effect, continue advertising tobacco products in this country. What they're trying to do is link their advertisements to the image of the package.

One of the ways to deal with that problem is to break that nexus, to have, in effect, packages that no longer look the way they do. They can't have colour schemes, graphics, slightly altered trademarks that make people think of tobacco packages when they see them.

Other measures to try to deal with something like this just have not come about. When the Tobacco Products Control Act was being passed, the tobacco industry said they wouldn't engage in what they acknowledged was sleazy behaviour. But they did

[Traduction]

produit dangereux quand il se trouve dans un paquet blanc à rayures de couleur qui ressemble à un flacon de parfum? Je voudrais faire circuler ces paquets. Ce sont les plus élégants que vous ayez jamais vus. Voici les «Virginia Slims» qui ressemblent à un petit emballage contenant un flacon de parfum. Celui-ci est le «Ève Légère». Tous ces paquets sont faits pour les jeunes filles. Ils symbolisent la liberté. Voici celui de la marque Capri. Et voici le paquet Vogue et le paquet Misty. Il est impossible de faire comprendre à une jeune fille que c'est un produit dangereux et je crois que le gouvernement se préoccupe beaucoup du tabagisme chez les très jeunes filles et chez les adolescentes.

Quand vous aurez vu ce genre de paquets, vous comprendrez pourquoi il est absolument indispensable de banaliser les produits du tabac. Je vais faire circuler deux ou trois de ces paquets pour que vous puissiez les regarder comme il faut. Ce ne sont pas les paquets neutres que nous recommandons; je signale en passant que nous les avons faits nous-mêmes. Ils sont très faciles à faire. Ces paquets neutres sont en blanc. En fait, il vaudrait peut-être mieux adopter une couleur neutre ou le jaune. En tout cas, une couleur qui n'est pas attrayante.

Un paquet neutre est un paquet monochrome qui ne porte aucune marque, aucune couleur et aucun dessin. Sur ces paquets, on peut voir les tout nouveaux avertissements que l'on retrouvera cet automne sur les paquets de cigarettes. Ce paquet où l'avertissement est indiqué en couleur montre à quoi pourrait ressembler un paquet neutre—it ne s'agit pas du nouvel avertissement—and c'est la même chose pour un paquet sur lequel il y a un peu de rouge. Je vais le faire circuler pour que vous puissiez voir à quoi il ressemble.

Après avoir expliqué pourquoi c'est très important, je vais signaler quelques avantages indirects du paquet neutre qui ne ressemblent pas du tout à ce que l'on vous dira dans le cadre des audiences et à ce que vous dira la Société canadienne du cancer qui prend la parole après nous. Il y a certains avantages indirects qui sont d'une importance absolument critique et je voudrais que notre avocat, David Sweanor, vous parle des avantages supplémentaires qui découleront du remplacement des paquets très élaborés et très raffinés actuels par des paquets neutres.

M. David Sweanor (conseiller juridique principal, Association pour les droits des non-fumeurs): Les avantages directs du remplacement des paquets actuels par des paquets neutres sont importants, mais il y a aussi des avantages indirects considérables.

Il y a la question du parrainage d'événements dont Luc a déjà parlé. L'industrie du tabac profite d'une échappatoire de la Loi réglementant les produits du tabac pour continuer à faire de la publicité au Canada. Elle essaie de rattacher sa publicité à l'image du paquet.

Une des solutions consiste à briser ce lien pour que les paquets n'aient plus l'apparence qu'ils ont. Il faut interdire les agencements de couleur, les dessins, et les marques légèrement modifiées qui font penser aux paquets de tabac quand on les voit.

On n'a pas encore pris d'autres mesures pour essayer de réduire ce type de problème. Lorsque la Loi réglementant les produits du tabac a été adoptée, l'industrie a promis de ne pas avoir recours à des subterfuges. C'est pourtant ce qu'elle a fait

[Text]

and we have the problem now. Kids are seeing these things all over the place—the racing cars, the horse jumping, etc. There's no point in the tobacco industry trying to go ahead with these sorts of end-runs around the legislation when they no longer have that connection with the package.

Another one is the whole issue of product placement, and we look at things like movies. As many of you may be aware, tobacco companies have been shown to pay a lot of money to have their brands used in movies. There is an issue of product placement that is getting a lot more press on all sorts of products, and one of them is tobacco. You don't want a situation of a hero smoking cigarettes. The reason this is happening in some movies is because tobacco companies pay a lot of money to have their cigarettes there. If cigarettes all looked very similar, there's not much incentive for tobacco companies to pay a lot of money to try to get their brand in the hands of a hero.

[Translation]

et le problème existe bel et bien. Les enfants voient cette publicité partout—aux courses de voiture, aux concours de sauts d'obstacles à cheval, bref partout. L'industrie du tabac n'aura plus du tout intérêt à continuer à contourner la loi de la sorte quand il n'y aura plus de liens entre la publicité et le paquet de cigarettes.

Il y a aussi la question du positionnement du produit, dans les films notamment. Vous savez peut-être pour la plupart qu'il arrive que les compagnies de tabac paient des sommes d'argent énormes pour que l'on utilise leurs marques dans un film. C'est une forme de publicité à laquelle on a de plus en plus recours pour toutes sortes de produits, notamment pour le tabac. On ne veut pas de situation où l'on voit un héros fumer des cigarettes. Cela arrive toutefois parce que les fabricants de cigarettes payent très cher pour que leurs cigarettes apparaissent dans certains films. Si tous les paquets de cigarettes avaient le même aspect, les compagnies n'auraient plus tellement intérêt à dépenser des sommes considérables pour que l'on montre un héros avec leurs paquets de cigarettes en mains.

• 0920

Also, when we look at product displays, one of the problems we face in trying to get Canadians, particularly young Canadians, to understand the magnitude of the risk associated with tobacco use, is the product displays for tobacco.

You go into a store and there are often quite massive displays for tobacco products, quite out of keeping with the amount of tobacco that's actually sold. You walk into Shoppers Drug Mart and many variety stores and you see big displays behind the counter and counter-top displays. How can we tell kids that tobacco is the only legal product that kills when used exactly as intended and has no safe level of consumption, that it's responsible for killing approximately one-third to one-half of all the people who use it, etc., when they walk into the variety store and there's the tobacco sitting on the counter top right next to the chocolate bars and the licorice?

There are reasons why there is so much tobacco displayed in stores. Tobacco companies pay a lot of money to get their products displayed, so they will be competing with each other to grab more space in those variety stores and drug stores. If all their packaging looked very similar, there's no longer a big incentive for them to do that. We could get rid of a lot of those displays.

When our kids go into those stores, look at what's at their eye level—it's tobacco displays.

We're telling retailers they shouldn't supply tobacco to kids. How can we do that when the tobacco companies are competing with each other to stick those displays right on the counter top, right where a kid can get them in his hands before the retailer even has a chance to check ID, right where a kid can get them in his hands when the retailer isn't looking and leave without even paying? That's a serious public health problem. We can get around that with these sorts of measures.

Il y a aussi la présentation du produit qui pose un problème lorsqu'on essaie de faire comprendre aux Canadiens, surtout aux jeunes, l'ampleur des risques liés à la consommation de tabac.

Dans les magasins, on voit souvent un étalage des produits du tabac que les ventes ne justifient pas. Dans les pharmacies «Shoppers Drug Mart» et dans bien des magasins populaires, on voit des quantités de paquets de cigarettes derrière et sur les comptoirs. Allez dire aux jeunes que le tabac est le seul produit légal qui tue quand on l'utilise exactement comme prévu et qu'il n'y a pas de niveau de consommation ne présentant aucun risque, que le tabac tue environ un tiers ou la moitié de ceux qui en consomment, quand on trouve du tabac juste à côté des barres de chocolat et de la réglisse dans les magasins populaires.

Si l'on étais ainsi les produits du tabac dans les magasins, c'est parce que les compagnies paient beaucoup d'argent pour cela; elles paient cher pour se faire concurrence et pour qu'on leur consacre une plus grande place dans les magasins populaires et les pharmacies. Si tous les paquets étaient semblables, elles n'auraient plus beaucoup intérêt à faire cela. On pourrait se débarrasser en grande partie de ces étalages.

Quels produits sont à la hauteur des yeux des enfants dans ces magasins? Les produits du tabac.

On demande aux détaillants de ne pas vendre de tabac aux enfants. Comment arriver à les empêcher alors que les compagnies se font concurrence pour que leurs produits soient placés sur les comptoirs, à un endroit où un enfant peut les prendre en mains avant que le détaillant ait eu l'occasion de vérifier son identité, à un endroit où l'enfant peut saisir un paquet et partir sans payer quand le commerçant a le dos tourné? C'est un grave problème de santé publique qu'il est possible de résoudre grâce à ce genre de mesures.

[Texte]

Beyond reducing the promotional opportunities, there are other things that happen. The health warnings become more prominent. They can't hide them as well. They are not cluttered with all the other information that tobacco companies are putting on the packages, and they can't use graphics to try to pull us away from the health warning.

If you look at the sort of ads that are running in the United States now, you'll very often not even recognize that there's a health warning there. It's because they use graphics to try to move your eyes away from the health warning.

We could also prevent the introduction of the more enticing packages that Gary has passed around, the sort of things that clearly undermine the health message we're trying to give people. This is not the way you would ordinarily expect somebody to package known toxins, to package a product that kills when used exactly as intended.

You also get rid of the problem of novelty packages. We have tobacco companies that market cigarettes in tins. For many of us that might be a joke.

I had the interesting opportunity about a year and a half ago of walking through a mall here in Ottawa, fairly late in the evening, while trying to get a very young daughter to go to sleep and while walking past a cigarette display. There were a bunch of teenagers there. Player's had come out with their tin pack and they had to get them. That's what they were talking about. I stood there and I listened to them. None of them smoked, not yet. But somebody at school had a pack of these and they were just the coolest thing possible. They had to get them. There was only one pack left. They were deciding who was going to get it.

We can prevent that sort of novelty package from happening. It isn't just the graphics on the package; it can be the package itself that can be very enticing to people.

We can also prevent extraneous information from being on tobacco packages. This is again something that the Tobacco Products Control Act was supposed to do for us. It hasn't.

The act said that tobacco companies can't have any information on the packages other than the health warnings, their brand name, trademarks that I think the government thought meant things like little symbols. Well, we now get messages on tobacco packages that go right into the whole area of extraneous information, exactly what we were trying to prevent.

Here is a Player's Light. It came out well after the Tobacco Products Control Act and it says not only "Smooth", but "Traditional Taste", "Reduced Irritation". Is that not a health claim? How do they get away with doing this? I would imagine the lawyers of Imperial said "Let's just register that as a trademark; we can get around the law".

Export "A" is "made with naturally mellowed, premium tobaccos for a smooth, full flavour."

How do they get away with that? Why do we let them get away with that? Why would we allow them scope to have even more of this?

[Traduction]

En plus de réduire les possibilités de promotion, on peut également avoir recours à d'autres moyens. Les avertissements sont de plus en plus visibles. On ne peut plus les cacher aussi facilement. Ils ne sont plus noyés dans toutes les autres indications que les compagnies impriment sur les paquets et celles-ci ne peuvent plus essayer de détourner notre attention au moyen de dessins.

Dans les annonces que l'on fait actuellement aux Etats-Unis, on ne se rend généralement pas compte qu'il y a un avertissement pour la santé. C'est parce que les compagnies ont recours à toutes sortes de dessins pour essayer d'en détourner le regard.

On pourrait également empêcher les compagnies de lancer sur le marché des paquets plus attrayants comme ceux que Gary a fait circuler, qui détournent l'attention du message que nous essayons de transmettre aux fumeurs. Ce n'est pas une façon normale de présenter un produit qui contient des toxines, qui tue lorsqu'on l'utilise comme prévu.

Il faut également se débarrasser du problème des emballages de fantaisie. Il y a des compagnies qui vendent des cigarettes dans des boîtes en métal. La plupart des gens pensent peut-être que c'est une farce.

Il y a environ un an et demi, je me promenais dans un centre commercial à Ottawa, assez tard le soir pour essayer d'endormir ma petite fille, quand je suis passé devant un étalage de cigarettes. Il y avait une bande d'adolescents devant cet étalage. La marque Players venait de sortir son paquet en métal et ces jeunes en voulaient absolument. Ils parlaient de cela et je suis resté là à les écouter. Aucun d'entre eux n'était fumeur, pas encore du moins. Par contre, un des élèves de l'école avait un paquet semblable et c'était devenu la chose à avoir. Il ne restait plus qu'un paquet. Les jeunes étaient en train de discuter pour voir qui allait l'avoir.

On peut interdire les emballages de fantaisie. Il n'y a pas rien que le dessin qui attire les regards; le paquet autrement dit peut être très attrayant.

On peut également interdire les instructions inutiles sur les paquets de cigarettes. La Loi réglementant les produits du tabac était censée résoudre le problème, mais elle ne l'a pas fait.

D'après la loi, les compagnies ne peuvent pas mettre d'autres inscriptions sur les paquets que les avertissements pour la santé, leur marque et des marques de commerce qui devaient se résumer pour le gouvernement à des petits symboles. On trouve maintenant sur les paquets de tabac toutes sortes d'indications inutiles, précisément le genre d'indications que l'on voulait interdire.

Voici un paquet de Player's Légère. Il est sorti longtemps après l'adoption de la Loi réglementant les produits du tabac. Sur ce paquet, on dit non seulement que ces cigarettes sont «douces» mais aussi qu'elles ont un «goût classique» et qu'elles sont «moins irritantes». Cela ne revient-il pas à dire qu'elles sont bonnes pour la santé? J'imagine les avocats de la Société «Imperial Tobacco» conseiller de faire enregistrer ces indications pour en faire des marques de commerce, pour pouvoir contourner la loi.

L'Export «A» est faite à base d'un mélange de tabac de premier choix que l'on a laissé mûrir naturellement pour qu'il soit plus doux et qu'il conserve toute leur saveur».

Comment laisse-t-on faire les compagnies? Pourquoi leur laisser l'occasion d'aller encore plus loin?

[Text]

[Translation]

• 0925

One of the things we found with the tobacco companies is that they push the line. They'll keep pushing. They don't stop. If they can get away with doing this sort of stuff, we're going to see more of it. Moving with plain packaging prevents that sort of nonsense. Again, how can a doctor talk to people about the problems of smoking, what it's doing to their lungs and their throat when the patient can go right out and say "Oh great, there's one with reduced irritation; I guess I don't have to worry about that anymore." Is that the message we want the tobacco companies to be able to give to Canadians?

If we move with plain packaging, we can help deal with the whole smuggling problem, assuming that our taxes are going to be going back up. This not only differentiates our tobacco from the stuff that would be marketed in the States, but assuming that Canada finally moves with a significant tax-paid marking the way most other major countries recognize they had to do a long time ago to interfere with the contraband trade, to make it harder for people to get involved in the marketing of the cigarettes, once you have the tax-paid marking there, by moving to plain packaging you have the same impact as we can have with the health warning.

The marking stands out. You notice it. It's impossible for them to hide it. They can't use graphics to take away from it. When you look at the package, what you're going to see is that it's cigarettes, it has a health warning, and the taxes were paid. Those are the messages that are coming through, not messages about reduced irritation or smooth, full flavour, not messages about long-lasting cigarettes, just messages about complying with the law. Those are some of the things we can do.

I think one of the other lessons we've learned about tobacco, and one of the recommendations I would hope the committee would make, is that today the approach we have taken on tobacco control in this country has really been piecemeal. We go after a particular piece of legislation. The tobacco industry does everything it can to delay it from coming forward, everything it can to weaken it. Once it's finally passed, often after years of work, they get involved in very creative interpretations to try to undermine the purpose of that piece of legislation. That's not the way we deal with other products.

When we look at the way we deal with hazardous products, when we look at the way we deal with narcotics, foods and drugs, we take a different approach. What we need with tobacco is some form of comprehensive legislation, a regulatory framework for tobacco, similar to what we currently use for what are otherwise called hazardous products.

We're in what appears to be an absurd situation. So far the government is saying, sure we've got the Hazardous Products Act, but tobacco's too hazardous a product to put under the Hazardous Products Act. If that's true, then clearly the alternative isn't to leave tobacco alone anymore than if we said that a particular convict is too dangerous a criminal to go into any prison currently existing in this country. The alternative isn't to set him free; the alternative is to build a prison. In this

Nous avons notamment constaté que les fabricants de cigarettes ont tendance à forcer la dose. Ils poussent sans arrêt, au maximum. S'ils arrivent à s'en sortir impunément avec ce genre de pratiques, ils iront encore plus loin. On empêchera ce genre d'abus en imposant des paquets neutres. Comment voulez-vous qu'un médecin dénonce les problèmes liés au tabagisme, explique à ses clients que le tabac est mauvais pour les poumons et pour la gorge quand ceux-ci peuvent se dire que puisque l'on vend maintenant des cigarettes moins irritantes, ils n'ont plus de souci à se faire à ce sujet. Est-ce le message que nous voulons que les fabricants de cigarettes puissent transmettre aux Canadiens?

En banalisant les produits du tabac, nous pouvons contribuer à résoudre le problème de la contrebande, à supposer que l'on augmente les taxes. Cela permettrait de distinguer le tabac vendu au Canada de celui qui est vendu aux États-Unis, mais à supposer que le Canada se décide enfin à faire sceller les paquets par une bande de papier indiquant que les taxes ont été acquittées, ce que la plupart des autres grands pays ont compris depuis longtemps qu'ils devaient faire pour empêcher la contrebande, pour rendre la vente de cigarettes plus difficile, en banalisant les produits du tabac, on obtient le même effet qu'avec l'avertissement pour la santé.

Cette bande est visible. On la remarque. Elle est impossible à cacher. On ne peut pas la camoufler au moyen de dessins. Quand on regarde le paquet, on sait qu'il contient des cigarettes, qu'il y a un avertissement pour la santé et que les taxes ont été payées. Ce sont là les messages que l'on reçoit, au lieu de messages nous parlant de cigarettes moins irritantes, plus douces, etc. Ce sont là des messages qui montrent que l'on observe la loi. Voilà ce que l'on peut faire.

À propos du tabac, nous avons également appris cette autre leçon: l'approche adoptée à l'heure actuelle pour lutter contre le tabagisme au Canada a été désordonnée. Nous essayons de faire adopter une loi spéciale. L'industrie du tabac fait tout son possible pour retarder son adoption et pour l'affaiblir. Une fois qu'elle a été adoptée, souvent après des années de travail, les compagnies font preuve de trésors d'imagination pour essayer d'en atténuer les effets. Ce n'est pas ainsi que l'on procède pour les autres produits. Il faudrait d'ailleurs que le comité fasse une recommandation à ce sujet.

On procède d'une tout autre façon en ce qui concerne les marchandises dangereuses, les narcotiques, les produits alimentaires et les médicaments. Ce qu'il faut pour le tabac, c'est une législation complète, un cadre réglementaire semblable à ce qui existe pour les marchandises dites dangereuses.

Nous nous trouvons dans une situation apparemment absurde. Le gouvernement estime que l'on ne peut pas faire tomber le tabac sous le coup de la Loi sur les produits dangereux, parce que c'est un produit trop dangereux. Si c'est vrai, la solution n'est pas de continuer à ne rien faire; c'est un peu comme si l'on disait qu'un forçat est trop dangereux pour être enfermé dans une des prisons qui existent à l'heure actuelle. La solution ne consiste pas à le libérer, mais plutôt à

[Texte]

case the alternative is to build the framework we need for tobacco. Rather than plain packaging just being the one thing we do, plain packaging should be one part of that comprehensive legislative framework.

Then let us move with regulations as things come forward so we're not in a position of having to take years to deal with tobacco additives, or years to deal with preventing tobacco companies to design cigarettes that are incendiary, years to deal with any of the other issues that are coming forward. We all see them coming forward very quickly now. We need that sort of regulatory framework that we use for so many other products in this country. The actions of tobacco companies have shown that you have to treat it in that way. They're not here to be nice guys. They're playing serious hardball. We, as a country, have to be able to respond to that in the interest of public health.

Mr. Mahood: Thank you, David. What David was referring to is what is now being called in the medical literature the denormalization of the tobacco industry.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Are you about to summarize to give time for questioning?

Mr. Mahood: Yes.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We have one half hour left.

Mr. Mahood: Yes, What we're talking about is denormalization. The California State Department of Health, in its theme, summed it all up. The theme of their entire campaign with their radio and TV commercials is, the tobacco industry is not your friend. In fact, when the product is lethal, when it is addictive, when it is the cause of as much death as it is, it's quite legitimate to separate this industry from all other industries doing business. It's based on what David said; it produces a product that has no safe level of use, which kills when used exactly as intended. That justifies the extraordinary treatment that is being considered here today.

[Traduction]

construire une prison pour lui. Dans ce cas, la solution est de construire le cadre législatif nécessaire pour le tabac. La banalisation des produits du tabac doit faire partie de tout un cadre législatif au lieu d'être une initiative isolée.

Par conséquent, il faut préparer des règlements de façon à ne pas être obligé à perdre des années à essayer d'empêcher l'usage d'additifs ou d'empêcher les fabricants de cigarettes à concevoir des cigarettes diaboliques ou encore à essayer de résoudre des problèmes supplémentaires. Nous les voyons venir très rapidement. Nous avons besoin d'un cadre législatif analogue à celui qui existe pour bien d'autres pays. Les agissements des fabricants de cigarettes nous ont montré qu'il faut les traiter de cette façon. Ce ne sont pas des enfants de chœur. Ils ne plaisent pas. Le Canada doit être en mesure de résoudre ces problèmes dans l'intérêt de la santé publique.

M. Mahood: Merci, David. En fait, David parle de ce que l'on appelle maintenant dans les ouvrages médicaux la «dénormalisation» de l'industrie du tabac.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Allez-vous résumer le reste pour laisser du temps pour les questions?

M. Mahood: Oui.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Il nous reste une demi-heure.

M. Mahood: Oui. Nous parlions de «dénormalisation». Le Département de la santé de l'État de la Californie a résumé tout cela dans le thème qu'il a choisi pour sa campagne publicitaire à la radio et à la télévision en disant que l'industrie du tabac ne veut pas le bien de la population. En fait, quand on a affaire à un produit comme celui-là, qui est mortel, qui crée une accoutumance et qui est la cause d'un grand nombre de décès, il est légitime de vouloir classer cette industrie dans une catégorie à part. David l'a bien expliqué; elle fait un produit qu'il n'y a pas moyen d'utiliser sans danger, un produit qui tue quand on l'utilise exactement comme prévu. Ce fait justifie les mesures exceptionnelles que nous examinons aujourd'hui.

• 0930

When this is brought forward or when we get into this—and perhaps the clerk would give me a hand—there is an economic study I want to hand out to the committee called "The False Dilemma". The industry is going to come forward. One of the main vehicles or tools it will use to block what you are considering is the loss of jobs in the tobacco industry. If there is a document that we recommend to you—and it's available in English and French—it is this document. It was given a lead editorial in *The Globe and Mail*. It's by seven of the top economists in the country.

There's just one quote I'm going to refer to as we bring our formal presentation to a conclusion. There's a summary inside the cover of this economic study. If you look at page 3 at the bottom, the quote from page 21 reads:

...the tobacco control programme...

—which has led to the world precedent-setting declines in tobacco consumption in Canada—

À ce propos, et la greffière pourrait peut-être m'aider, il y a une étude économique intitulée «Le faux dilemme» dont je vais vous remettre un exemplaire. L'industrie va venir témoigner. Elle va principalement invoquer les pertes d'emplois pour essayer de vous empêcher de réaliser vos projets. S'il y a un document que j'ai à vous recommander—et il est disponible en anglais et en français—c'est bien celui-ci. On lui a consacré un éditorial dans le *Globe and Mail*. Il a été préparé par sept des plus grands économistes canadiens.

Je vais vous en citer un passage en guise de conclusion. Ce rapport contient un résumé. Si vous regardez au bas de la page 3, où l'on cite la page 38, il est dit ceci:

...le programme de contrôle de l'usage du tabac...

...qui est à l'origine de la diminution de la consommation du tabac au Canada qui a été le premier pays du monde à amorcer le mouvement...

[Text]

...either had no net...impact on employment or actually increased employment in the Canadian economy. In the 1980s the choice of "lives or jobs" was a false dilemma. Saving lives did not lower total employment. Indeed, the fight to save lives may even have created more jobs than it cost.

There will be some dislocation if this reform is introduced, but it will be spread and it will flow into other industries. You will simply have jobs move around. There will be no net loss of employment as a result of this measure. If we have anything your research staff or members of the committee would refer to, we would ask that you look at that.

So our first recommendation is that the committee introduce plain packages as quickly as possible. There is a public health emergency, believe it or not, going on out there with this dramatically decreased price of tobacco. It went from well over \$6 a package to around \$2.50. With kiddie packs, it is as low as \$2.15 to \$2.20 a package. That's extraordinary. The introduction of plain packs has to be done quickly.

Second, please do not delay until more research is in. We have lawyers looking at this now. You'll hear more about this as the hearings progress. There is sufficient evidence available. This is the opinion of the lawyers we've been consulting. Again, this will be brought to your attention in greater detail as we evolve. There is sufficient evidence to move now, not to delay.

We advise you to continue to accumulate the evidence. So the Health Canada study discussed here a couple of days ago is valuable. We advise you to accumulate it, but there is no reason to delay.

Third, we recommend the regulatory framework David described. That doesn't mean you have to delay the plain packs until the other legislation is prepared, but when the new legislation is prepared it would be wrapped up in the new legislation. You can move now. We're asking you to move expeditiously. We're asking you to take the measures that are going to be necessary to deal with a problem of this magnitude.

I apologize, Mr. Chairman, members, if we've taken too long.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you so much.

Normally we have a 10-minute round for the first set of witnesses. Since we have left only 24 minutes, I would appreciate the concurrence of the group that we limit it to 8 minutes to be within our time, starting with the official opposition.

M. de Savoye (Portneuf): Je n'ai pas besoin d'être convaincu de la nocivité du tabac. Par ailleurs, bien que vous ayez donné beaucoup de raisons pour lesquelles un emballage banalisé serait efficace pour contrer l'usage du tabac, particulièrement chez les jeunes, il n'en reste pas moins que j'aurais aimé que vous nous fassiez part des résultats de toute étude qui puisse appuyer ces propos.

[Translation]

n'a pas eu d'impact négatif net sur l'emploi et il est même possible, en fait, qu'il ait augmenté l'emploi dans l'économie canadienne. Le choix entre «sauver des vies ou sauver des emplois» auquel ont été confrontés la population et les gouvernements dans les années 1980 était en fait un faux dilemme. Sauver des vies n'a pas contribué à réduire l'emploi total. Au contraire, le combat pour sauver des vies a peut-être même créé plus d'emplois qu'il n'en a coûtés.

Il y aura une certaine perturbation de l'emploi si l'on procède à cette réforme, mais les emplois perdus se retrouveront dans d'autres secteurs. Il s'agira d'un simple déplacement de l'emploi. Il n'y aura pas de pertes nettes d'emplois à cause de cette mesure. Si vos attachés de recherche ou vous-mêmes voulez un ouvrage de référence, nous vous recommandons celui-ci.

La première recommandation que nous faisons au comité est la suivante: il faut banaliser les produits du tabac dès que possible. C'est urgent, car, croyez-le ou non, la santé publique est en danger à cause de cette diminution radicale du prix du tabac. Le prix d'un paquet de cigarettes est passé de 6\$ à environ 2,50\$. Les paquets pour les jeunes coûtent aussi peu que 2,15\$. C'est extraordinaire. Il faut rapidement introduire les emballages neutres.

Deuxièmement, nous vous supplions de ne pas retarder davantage les études plus poussées à ce sujet. Nous avons demandé à des avocats d'examiner la question. Vous entendrez d'autres témoignages au cours de vos audiences. Il existe suffisamment d'éléments de preuve, d'après les avocats que nous avons consultés. Je le répète, on vous en parlera plus en détail au fil des audiences. Il existe suffisamment d'éléments de preuve pour passer immédiatement à l'action.

Nous vous conseillons de continuer à accumuler les éléments de preuve. L'étude de Santé Canada dont il a été question ici il y a un ou deux jours est très intéressante. Nous vous conseillons d'accumuler les preuves, mais nous estimons qu'il n'y a aucune raison de tarder à agir.

Troisièmement, nous vous recommandons d'adopter le cadre législatif dont David vous a parlé, ce qui ne veut pas dire qu'il faut attendre que l'autre projet de loi soit prêt pour banaliser les produits du tabac. Il faudra toutefois que la nouvelle loi contienne des dispositions à ce sujet. Vous pouvez passer immédiatement à l'action. Nous vous demandons de ne pas tarder. Nous insistons pour que vous preniez les mesures qui seront nécessaires pour régler un problème de cette ampleur.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, si vous trouvez que mon exposé a duré trop longtemps, je vous prie d'accepter mes excuses.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci beaucoup.

Normalement, nous avons une période de questions de 10 minutes pour le premier groupe de témoins. Comme il ne nous reste plus que 24 minutes, j'apprécierais que vous acceptiez qu'on la limite à 8 minutes, pour respecter les délais. Nous allons commencer par l'opposition officielle.

Mr. de Savoye (Portneuf): I don't have to be convinced of the noxiousness of tobacco. Moreover, although you gave us all kinds of reasons why a plain pack would be efficient to control tobacco, particularly among young people, it remains however that I would have liked you to share with us the results of any study likely to support those remarks.

[Texte]

[Traduction]

• 0935

Tout ce que vous dites est plein de gros bon sens, mais ce n'est pas suffisant pour que nous soyons absolument certains qu'un emballage banalisé nous permettrait d'atteindre exactement les résultats que vous nous laissez entrevoir.

Je me fais un peu l'avocat du diable. On sait qu'une étude a été faite en Nouvelle-Zélande, mais elle a été faite, apparemment, auprès de 60 sujets et ses résultats sont statistiquement non significatifs.

Monsieur Mahood, vous citez le cas Marlboro sur lequel je n'ai pas d'information. J'aimerais que vous nous donniez les résultats de cette étude.

Mr. Sweanor: There will be other witnesses who will be giving much more detailed testimony on the particular studies. The Marlboro study you referred to, I believe, is the one that was reported in *Forbes* in, I believe, 1987. That was a story talking about the image of Marlboro, and how important the image was, but acknowledging that most people, not surprisingly, will not state they smoke a cigarette because of the image. It would be very unusual for somebody to say, I smoke because Marlboro is associated with cowboys and I am a particularly insecure individual and like to identify with them.

Instead, people said it tastes better or it fills my lungs more. But they said the real proof of the image was when they offered these Marlboro smokers Marlboro cigarettes at half price, but in plain brown wrappers. Only 21% were interested in buying any. I think that's the study you'd be referring to.

Mr. Mahood: In fact, the difficulty in a study like this is to measure change in behaviour. In other words, there's no point in setting up a test that is impossible to meet. The tobacco industry, historically, has tried to establish tests on social science research that the health community and governments cannot attain.

In this case, they did measure some behavioural change. In fact, people would not buy the product when it was packaged like that. We had some indirect involvement in the New Zealand study. Certainly it was the work we did with the New Zealand Toxic Substances Board that triggered the political decision to look into the plain packaging. When the New Zealand legislation came forward it was modelled on the Canadian legislation.

That study found a significant change in attitudes with respect to tobacco. The Cancer Society study, which is excellent, was completed and tabled earlier this year. The Cancer Society gets into that and shows very clearly that young adolescents do not like the plain packaging. That's without question what we're trying to influence.

All that you have said is full of common sense, but it isn't sufficient to convince me that plain pack packaging will guarantee the results you are predicting.

I am playing the devil's advocate. We know that a study was done in New Zealand, but it apparently only involved some 60 participants and its results are not significant, statistically speaking.

Mr. Mahood, you mentioned the Marlboro study, which I don't have any information on. Could you give us the results of that study?

M. Sweanor: D'autres témoins pourront vous fournir des renseignements beaucoup plus précis sur ces études. L'étude Marlboro, que vous venez d'évoquer, est, je pense, celle qui a fait l'objet d'un article dans *Forbes* en 1987, il me semble. L'article traitait de l'image de Marlboro, et de son importance, mais soulignait, ce qui n'est guère étonnant, que la plupart des gens ne reconnaîtront jamais qu'ils fument une marque de cigarettes plutôt qu'une autre à cause de l'image que cela projette. Ce serait assez étonnant que quelqu'un dise: Je fume des Marlboro parce que cette marque est associée aux cow-boys, que je ne suis pas du tout sûr de moi et que j'aime m'identifier à eux.

Les gens diront plutôt qu'ils trouvent le goût meilleur ou que cela leur remplit mieux les poumons. L'article explique cependant que la preuve que l'image compte bel et bien beaucoup a été fournie par l'expérience suivante: lorsqu'on a offert à ces fumeurs de Marlboro des cigarettes Marlboro à moitié prix, mais dans des paquets banalisés en papier brun, seuls 21 p. 100 d'entre eux ont souhaité en acheter. Il me semble que c'est de cette étude que vous vouliez parler.

M. Mahood: En fait, la difficulté d'une étude de ce genre réside dans la mesure du changement de comportement. En d'autres termes, il ne sert à rien d'établir des critères qu'il est impossible de respecter. L'industrie du tabac a toujours essayé d'établir, en s'appuyant sur des travaux de recherche en sciences sociales, des critères que le milieu médical et les gouvernements ne pouvaient pas toucher.

Dans ce cas-ci, ils ont mesuré un certain changement de comportement. Les gens n'achetaient pas le produit lorsqu'il était présenté dans cet emballage. Nous avons participé indirectement à l'étude néo-zélandaise. C'est le travail que nous avons fait avec le *New Zealand Toxic Substances Board* qui a déclenché cette décision politique de se pencher sur la banalisation des produits du tabac. La législation néo-zélandaise a été calquée sur la loi canadienne.

L'étude a fait ressortir un changement appréciable dans l'attitude des gens à l'égard du tabac. L'étude de la Société du cancer, qui est excellente, a été terminée et déposée plus tôt dans l'année. Elle fait très clairement ressortir que les jeunes adolescents n'aiment pas les emballages banalisés. C'est justement à ce niveau-là qu'une influence peut être exercée.

[Text]

When you are dealing with a health problem of this magnitude, I think the courts will take the position that the government has to be given some leeway on this. The standards will not be as tough as they might be if death and disease were not involved. We would rather leave it to some of the other groups, because of the limited time, to get into the studies in greater detail.

Ms Bridgman (Surrey North): I have a concern similar to my colleague's in that we are actually studying the effect of plain packaging from a point of view of trying to decrease the purchasing of this product.

I have notes on two possible things I actually pulled out of here. One would be that the health warnings are much more prominent because there isn't this attractiveness to pull your eyes away from that. The other would be that it would eliminate an association to a particular type of lifestyle.

• 0940

These cigarettes might attract new buyers, or those who are already smoking might prefer a blue pack to a red pack, so you get into brand sales from attractiveness.

What kind of difference will the plain packaging with the trade name still front and centre make? Maybe we'll just become used to a black and white or beige and white package. We'll still look for Player's or whatever. What are we talking about by removing the colour? I see the advertising and lifestyle points of view, but what other kinds of benefits would this bring?

Mr. Sweanor: Another very important market besides new smokers and switchers is re-entrance. We all know a lot of people who quit smoking or have tried to quit smoking end up re-entering this market. For those people, that package in effect becomes a friend, something they're associated with. We have to break that connection. For somebody who's quit smoking over the last few years, as many hundreds of thousands of Canadians have, there are now enticements to be back in that market, such as price and other factors. It's beneficial if the packages they are used to are no longer there; if the thing they identified with and had sitting beside them all the time isn't there. In effect, their friend is gone.

There are also the ancillary benefits we mentioned. There's the promotion of the image. Even if the tobacco company's primary target was brand switchers when it paid to have those big displays in stores, they aren't the only victims. If you're an ex-smoker who's under a lot of stress, you may walk into a store and see a big display of exactly the brand you used to smoke sitting there on the counter top. There it is, the image and the positioning.

[Translation]

Étant donné l'envergure du problème sur le plan de la santé, je pense que les tribunaux diront que le gouvernement doit se voir accorder une certaine marge de manœuvre. Les normes ne pourraient pas être aussi strictes si le tabagisme n'entraînait pas décès et maladies. Cependant, étant donné le temps limité dont nous disposons, nous préférions que d'autres groupes vous parlent plus en détail de ces études.

Mme Bridgman (Surrey-Nord): J'ai une préoccupation semblable à celle de mon collègue: nous sommes en train d'étudier l'effet des emballages banalisés dans l'optique d'une baisse des ventes.

J'ai ici des notes sur deux conséquences possibles. Premièrement, les avertissements sur les risques pour la santé ressortiraient beaucoup plus, car l'œil ne serait pas attiré par quelque chose de joli à côté. Deuxièmement, il n'y aurait plus identification à un mode de vie particulier.

Ces cigarettes attirent peut-être de nouveaux acheteurs, ou bien ceux et celles qui fument déjà préféreraient peut-être un emballage bleu, pas un emballage rouge, de sorte que la promotion des marques serait axée sur des considérations purement esthétiques.

Qu'est-ce qui changerait s'il y avait des emballages neutres avec, toujours, le nom de la marque bien en évidence? Peut-être que les gens s'habitueront tout simplement à un paquet noir et blanc et beige et blanc, qu'ils continueront de chercher les Player's, ou une autre marque. Que donnera l'élimination de la couleur? Je comprends les considérations en matière de publicité, de projection de style de vie, etc., mais quels autres avantages cela offrirait-il?

M. Sweanor: Un autre marché très important en plus de ceux des nouveaux fumeurs et des personnes qui changent de marque est celui des ex-fumeurs qui recommencent à fumer. Nous connaissons tous beaucoup de gens qui ont arrêté de fumer ou qui ont essayé d'arrêter et qui ont fini par recommencer. Pour eux, l'emballage devient en fait un ami, une chose qui leur est associée. Il nous faut rompre ce lien. Pour une personne qui a arrêté de fumer au cours des dernières années, et c'est le cas de centaines de milliers de Canadiens — il y a aujourd'hui toutes sortes d'incitations à réintégrer le marché des fumeurs, notamment le prix et d'autres facteurs. Ce serait une bonne chose pour eux si les emballages qu'ils connaissent ne sont plus là; si ce à quoi ils se sont identifiés et ce qui les accompagnait partout n'est plus là. En fait, leur ami n'est plus là.

Il y a également les avantages connexes que nous avons mentionnés. Par exemple, la promotion de l'image. Même si la principale cible des fabricants de cigarettes lorsqu'ils ont commandé ces gros étalages dans les magasins était les consommateurs changeurs de marque, ceux-ci ne sont pas les seules victimes. Si vous êtes un ancien fumeur qui subit beaucoup de stress, vous faiblirez peut-être vous aussi si vous allez dans un magasin et si vous y voyez, là, sur le comptoir devant vous, une grosse publicité de la marque que vous fumiez. Vous auriez, là devant vous, l'image et l'attrait de cette image.

Mme Bridgman: Vous parlez du phénomène d'association.

Ms Bridgman: Association.

[Texte]

Mr. Sweenor: That's right. We can change it so there isn't the association in terms of the image of the product or the proximity. There would be no point in the tobacco company paying the retailer a lot of money to put that display on the counter top or the extra big display behind the counter. That can play a very significant role.

Mr. Mahood: I was in the Supreme Court when the warnings were being debated, and I'm going to put this on a very down-to-earth plane. The tobacco industry lawyers argued that there wasn't any research that the new Canadian warnings would have any effect. One of the justices asked the lawyer why research would be necessary on something so patently obvious as this. She asked if it wasn't just common sense that these new warnings would have greater impact.

The justice was absolutely correct. I'm going to put this on a down-to-earth level. Over the next few weeks you're going to see a battle over this reform such as you've never seen, even over the Tobacco Products Control Act. The industry is going to fight this reform more than it's fought anything that has come forward in Canada to date. This is big stuff. They've already brought in their top lobbyist from California, Burson Marsteller and he has set up office in Montreal. You're going to see a major American-style campaign on this because this means everything to this industry. The industry says the package isn't designed to sell, but if not, why would you have a big fight over it?

We know you're going to have a fight. It's because of all the things it does beyond stopping the attractiveness: the sponsorship impact, the advertising, and the increased warnings. Everything is tied into the package. That is your proof you're onto an intelligent measure.

[Traduction]

M. Sweenor: Précisément. Il y aurait moyen de changer cela pour qu'il n'y ait plus cette association en ce qui concerne l'image du produit ou sa proximité. Il ne serait alors plus intéressant pour le fabricant de produits de tabac de verser un gros montant d'argent au détaillant pour qu'il monte tout un étalage sur son comptoir ou juste derrière lui. Cela pourrait jouer un rôle très important.

M. Mahood: J'étais à la Cour suprême lorsqu'on discutait des avertissements, et j'aimerais ramener le débat à un niveau très terre-à-terre. Les avocats de l'industrie du tabac prétendaient qu'il n'existe aucun travail de recherche prouvant que les nouveaux avertissements canadiens auraient une quelconque incidence. L'une des juges a demandé à l'un des avocats pourquoi il faudrait des travaux de recherche au sujet d'une chose aussi évidente. Elle a demandé si un peu de bon sens ne suffirait pas pour comprendre que ces nouveaux avertissements auraient une très forte incidence.

La juge avait tout à fait raison. Soyons très terre-à-terre. Nous allons, au cours des prochaines semaines, être témoins, au sujet de cette réforme, d'une bataille d'une envergure que l'on n'aura jamais vue jusqu'ici, même pas lors du dépôt de la Loi réglementant les produits du tabac. L'industrie va lutter contre cette réforme plus qu'elle n'a jamais lutté contre quoi que ce soit à ce jour. Ça va être quelque chose. Elle a déjà fait venir le lobbyiste vedette de Californie, Burson Marsteller, qui a monté un bureau à Montréal. On va être témoin d'une énorme campagne à l'américaine, car il est question ici du problème de l'industrie. Celle-ci prétend que l'emballage n'est pas conçu en vue de vendre, mais si tel était le cas, pourquoi s'acharnerait-elle autant?

Nous savons que ça va être la guerre. C'est à cause de tous les aspects, en plus de celui de l'attrait, qui seront concernés: les parrainages, la publicité, la multiplication des avertissements... Tout est lié à l'emballage. C'est d'ailleurs la preuve que la mesure envisagée est intelligente.

• 0945

M. Patry (Pierrefonds—Dollard): Monsieur le président, j'ai un ou deux commentaires et une ou deux questions.

Vous avez dit au tout début de votre présentation que, depuis les dernières diminutions de taxes de la part des différents gouvernements, il y a 800 000 nouveaux fumeurs ou personnes qui ont recommencé à fumer. Pouvez-vous me dire si ces nouveaux fumeurs sont jeunes ou s'il s'agit d'anciens fumeurs qui ont recommencé à fumer? Je trouve ce chiffre très alarmant et même dramatique.

Deuxièmement, dans votre message, vous dites toujours que le tabac crée une dépendance; vous ne parlez pas de la létalité du tabac. Avez-vous déjà effectué une étude pour savoir si ce message était entendu par les jeunes? J'ai l'impression que ce n'est pas la peur d'avoir une dépendance vis-à-vis de la cigarette qui va décourager un jeune de cesser de fumer.

Monsieur Martial, vous avez parlé de l'emballage et de la publicité. Au Canada, il y a des tournois de golf et des courses automobiles qui sont commandités par des compagnies de cigarettes. Certains pays comme la France, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et la Norvège ont adopté des lois interdisant le parrainage par de telles industries. Pouvez-vous me dire si votre association a des statistiques de ces pays démontrant le lien causal entre ces publicités et le tabagisme?

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): Mr. Chairman, I have one or two comments and one or two questions.

You stated at the beginning of your presentation that since the latest tax reductions made by the various governments, 800,000 new smokers or ex-smokers have entered the market. Could you tell me if these new smokers are young people or if they are mainly ex-smokers who have started smoking again? I find this number most alarming, and it is quite a dramatic rise.

Secondly, you say that smoking creates dependency, but you don't talk about its being lethal. Have you ever carried out a study to establish if this message is being heard by young people? I have the impression that it isn't fear of dependency on tobacco that is going to encourage a teenager to stop smoking.

Mr. Martial, you talked about packaging and publicity. In Canada, there are golf tournaments and car races that are sponsored by tobacco companies. Certain countries such as France, Australia, New Zealand and Norway have passed laws prohibiting sponsorship by tobacco companies. Does your association have statistics on these countries pertaining to the causal link between this type of publicity and smoking?

[Text]

Voici une dernière remarque. N'avez-vous pas peur que les compagnies réagissent en créant des enveloppes à l'intérieur desquelles on va mettre les paquets de cigarettes neutres, comme l'ont fait les compagnies qui produisent des contraceptifs?

Mr. Sweenor: I can deal with the first and last of those in terms of the impact of pricing. There are numerous studies on the relationship between price and demand for tobacco.

Mr. Patry: For the last three months.

Mr. Sweenor: From analysis of the impact of price on consumption, we know that for adults there is a relationship whereby every 10% change in price affects consumption by anywhere from 4% to 9%, depending on which study you look at. For teenagers, the same 10% change in price will affect consumption by 10% to 17%, again depending on which studies you look at.

What we've seen is that for the 75% plus part of the market that was legal, for many Canadians that price has now been cut in half. So it's a matter of looking at the portion of the market where the price has fallen, assessing the magnitude of the decline in price, and applying the estimates of price elasticity to get an idea of how many kids and how many more adults you would expect in the market beyond what would otherwise have been the case. That's a combination of people who re-enter the market, but also people who increase their consumption. I think we're all aware of people who are smoking more than what they used to, simply because they're spending the same amount of money but can now buy two packs a day instead of one.

In terms of the quantitative analysis of what happened in February, we don't know and I think nobody really can know with certainty until the autumn of this year. By the time you get the prevalent studies out, particularly the prevalent studies on kids, which are very difficult to do, and by the time we can more fully analyse the sales figures...

There is no doubt in the mind of anybody who has looked at the economics of this that there will be a very large increase in overall tobacco consumption. Exactly how large that increase will be is difficult to know, but we are talking about hundreds of thousands more people in the market. . .in the absence of significant measures to try to deal with that. That's one of the things this committee is looking at.

In terms of the development of containers for people to put their cigarettes in, if there are plain packs, the Tobacco Products Control Act now prevents tobacco companies from marketing a non-tobacco product, meaning a product that doesn't already contain cigarettes, in something containing a tobacco logo. So you wouldn't be able to market this tin, for example, that you could then put your cigarettes inside. That would already be a violation of federal law. Concerns about things like that could also be dealt with in whatever legislation is brought forward as part of the plain packaging legislation.

Aside from the packaging itself, ancillary benefits will flow from getting rid of the glossy packaging itself, because that's where we have fewer displays at retail. If you get rid of the counter-top displays, their connections with their sponsorship becomes that much less.

[Translation]

And now, for a final comment. Are you not worried that tobacco companies will react by designing envelopes inside which they will put plain-packaged cigarettes, the way condom manufacturers did?

M. Sweenor: En ce qui concerne l'impact du prix, je peux vous donner une réponse pour ce qui est de la première et de la dernière questions. De nombreuses études ont été faites relativement au rapport entre le prix et la demande de produits du tabac.

M. Patry: Au cours des trois derniers mois.

M. Sweenor: Selon l'étude que vous consultez, tout changement de 10 p. 100 dans le prix a une incidence du côté de la consommation par les adultes se situant entre 4 et 9 p. 100. Chez les adolescents, un changement de 10 p. 100 aura une incidence sur la consommation d'entre 10 et 17 p. 100, encore une fois selon l'étude que vous choisissez.

Ce que nous savons, c'est que pour les 75 p. 100 et quelques du marché qui étaient légaux, pour nombre de Canadiens, ce prix a été coupé en deux. Il s'agit donc d'examiner la part du marché où le prix a baissé, d'évaluer l'ampleur de cette baisse et d'appliquer les estimations en matière d'élasticité du prix pour avoir une idée du nombre de jeunes et d'adultes qui se sont ajoutés au marché. Il faut bien sûr tenir compte des gens qui recommencent à fumer et de ceux qui augmentent leur consommation de cigarettes. En effet, je pense que nous connaissons tous des gens qui fument plus qu'avant, tout simplement parce qu'ils peuvent maintenant fumer deux paquets par jour pour le même prix.

Quant à une analyse quantitative de ce qui est arrivé en février, je pense qu'il faudra attendre l'automne. D'ici que sortent les études, surtout celles concernant les jeunes, études qui sont très difficiles à réaliser, d'ici qu'on parvienne à faire une analyse exhaustive des chiffres de vente...

Il n'y a aucun doute dans l'esprit de quiconque réfléchit à l'aspect financier de l'affaire qu'il y aura dans l'ensemble une très importante augmentation de la consommation des produits du tabac. Il est difficile d'être précis, mais l'on parle de centaines de milliers de gens de plus dans ce marché. . .en l'absence de mesures efficaces pour combattre cela. C'est là l'une des choses sur lesquelles se penche le comité.

Quant à la question de mettre au point des contenants dans lesquels les gens pourront mettre leurs cigarettes, s'il y a des emballages neutres, la Loi réglementant les produits du tabac interdit aux fabricants de produits du tabac de commercialiser un produit autre que du tabac, c'est-à-dire un produit qui ne contient pas déjà des cigarettes, dans un emballage comportant un logo. Les fabricants ne pourraient par conséquent pas vendre des étuis dans lesquels vous pourriez mettre vos cigarettes. Il s'agirait déjà là d'une violation de la loi fédérale. Ce genre de risque pourrait par ailleurs être éliminé avec l'adoption de la législation en matière de banalisation des produits du tabac.

En plus des emballages eux-mêmes, on pourrait éliminer les étalages publicitaires chez les détaillants, ce qui constituerait encore un autre avantage. Si vous éliminez les étalages sur les comptoirs, les liens en ce qui concerne le parrainage sont beaucoup moins évidents.

[Texte]

[Traduction]

• 0950

Even from the standpoint of the manufacturers, if they did find some way to market something like that, what's the point? Imperial Tobacco has no guarantee that it's a packet of Player's you buy to put inside that package; it could be anything else.

So, yes, there probably would be a market for people developing cigarette cases. But I think that, like any law, what you're trying to do is accomplish as much as you can, knowing that in this case we have a very powerful adversary that will do whatever it can to undermine us. But we can move a long way. We can get rid of an awful lot of the problem and we have the abilities to restrict the ability of the tobacco industry to do end runs around those laws.

M. Martial: Monsieur Patry, concernant votre question sur l'agencement des contextes social et économique et d'un produit ou une marque de cigarette, j'ai effectué un travail avec nos collègues au niveau international. Ici, au Canada, la Loi réglementant les produits du tabac devrait normalement interdire ce genre de publicité, ce genre d'agencement. Notre recherche démontre que, dans ces autres pays, comme au Canada, l'industrie du tabac a réussi à contourner ces lois. La deuxième pancarte, comme vous le voyez, est de 1991, soit deux ans après l'adoption de notre Loi réglementant les produits du tabac. Cette pancarte n'annonce même pas un événement. Elle annonce tout simplement le nouveau design du paquet Export «A». Comme vous le voyez, elle s'agence à un sport, à un *feeling* ou un contexte social.

Donc, nous avons ces lois-là, ici et ailleurs, mais le fait est que l'industrie a toujours réussi, d'une manière ou d'une autre, à les contourner. C'est pour cela que nous avons encore cet agencement des contextes social et économique associés à une marque de cigarettes particulière.

M. Patry: Ma dernière question a trait à la dépendance. Est-ce qu'on a fait une étude démontrant que le texte qu'on met sur les paquets de cigarettes a un effet chez les jeunes?

Mr. Mahood: First of all, as you know, there is no addiction warning on a cigarette package now; that will take place this fall. In fact, there is no warning of addiction on any cigarette package anywhere in the world. The industry has, internationally, fought the addiction warning more than any other warning. Without question, it fears the addiction warning. That's why this reform on our warning system is so very critical. At the present time certainly we don't have any research to show the impact. It's simply never happened anywhere.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): First of all, I have a comment. I think we're trying to measure not whether or not this would impact, but how much it would impact, really. I think we all have a common-sense sense that there would be an impact; it's a matter of how much.

I don't understand for sure how the plain packaging would mitigate against the endorsement issue in terms of mom and dad. My dad smoked. That might have caused me to start smoking, but it didn't cause me to start smoking his brand.

Même du point de vue des fabricants, s'ils trouvaient le moyen de commercialiser quelque chose comme cela, à quoi cela servirait-il? Imperial Tobacco n'a aucune garantie que c'est un paquet de Player's que vous achetez pour l'y mettre; ce pourrait être n'importe quoi.

Par conséquent, pour répondre à votre question, oui, il y aurait sans doute un marché pour les gens désireux de mettre au point des étuis à cigarettes. Cependant, comme c'est le cas avec n'importe quelle loi, vous essayez de faire le maximum; dans ce cas-ci, vous savez que vous avez en face de vous un très puissant adversaire qui fera tout son possible pour vous contrecarrer. Nous pouvons cependant faire beaucoup. Nous pouvons éliminer une grosse partie du problème et nous avons la capacité de limiter les possibilités pour l'industrie du tabac de contourner ces lois.

Mr. Martial: Mr. Patry, concerning your question regarding linking social and financial status to a product or a brand name. I did some work with our colleagues in the international arena. Here in Canada, the Tobacco Products Control Act should, normally, prevent that type of publicity, that type of image linking. Our research shows that in these other countries as well as in Canada, the tobacco industry is successfully getting around the legislation in place. As you can see, the second add dates back to 1991, two years after the Tobacco Products Control Act was passed. This add doesn't even announce an event. It simply announces the new Export "A" package design. As you can see, it links the cigarette to a sport, a feeling or a social context.

We have these laws, here and elsewhere, but the fact is, the industry has always managed to get around them, one way or the other. This is why we have these adds linking a given social and financial context to a brand.

Mr. Patry: My last question has to do with dependency. Is there a study showing that the warning printed on cigarette packs is having an effect on young people?

Mr. Mahood: Tout d'abord, comme vous le savez, les paquets de cigarettes ne comportent à l'heure actuelle aucun avertissement concernant les risques de dépendance à l'égard de la cigarette. Cela ne viendra qu'à l'automne. D'ailleurs, il n'y a nulle part dans le monde de paquets de cigarettes portant ce genre d'avertissement. L'industrie a, à l'échelle internationale, combattu plus énergiquement ce genre d'avertissement que tout autre. C'est pourquoi cette réforme en ce qui concerne notre système d'avertissement est si critique. Mais nous ne disposons pas encore de travaux de recherche faisant ressortir l'incidence que cela pourra avoir. On n'a encore vu ça nulle part.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): J'aimerais tout d'abord faire une observation. Il me semble qu'il ne s'agit pas de déterminer si cela aura ou non une incidence, mais plutôt laquelle elle sera. Le simple bon sens nous dit qu'il y aura une incidence. Il s'agit d'en prédire l'importance.

Je ne vois pas très bien comment les emballages neutres vont militer contre le phénomène d'imitation de papa et maman. Mon père fumait. C'est peut-être cela qui m'a amené à commencer à fumer, mais je n'ai pas fumé sa marque de cigarettes pour autant.

[Text]

Mr. Mahood: It's a good question.

Mr. Scott: So I am wondering whether it's the cigarette you watch, not the package.

The second point is that the industry always argues that it is fighting over market rather than trying to introduce people to smoking. When you argue that in the movies if the actors didn't have the right brand coming out of their pockets the industry would have no interest in having them smoke in the movies, isn't that consistent with what the industry says and that they're fighting over market share rather than fighting over...? In other words, would the industry not want people smoking on television—even if the cigarettes were in black and white packages—to cause people to start smoking, rather than pulling out an Export "A"? Is that not consistent with what the industry says?

Mr. Mahood: I'll let David answer the second question, but I would like to take a shot at the first one.

You're absolutely correct about the fact that an adult, such as a mother and father, would be endorsing even a plain pack, but let's understand what's going on at the present time. The message that's out there is that the government is saying smoking isn't as bad as the health community is saying it is, because it's allowing the industry to package cigarettes in these beautiful colours. The parent comes along and implicitly endorses that message.

At the very least, when you go to plain packs you're taking half of that equation away. At least the government would then be saying that there are serious risks related to smoking cigarettes. At least the government is taking away that conflicting message, and the conflict is that the government on the one hand is saying it's lethal and addictive, and on the other hand it's allowing it to be sold in these beautiful packages. At least you take that conflicting message away and you send out another message, which is that this product has so much risk related to it that the government is going to force this industry into packaging that it inflicts on no other product.

That's a very strong risk message, and at least that would go a long way to neutralizing the endorsement that the parent, who is addicted, is giving to the plain package that is now on the market.

Mr. Sweenor: I think fighting over brand share is actually an important part of what tobacco companies are doing. The problem is it's not the only thing you accomplish, because of course when you promote a particular brand, you can't help but also be promoting the whole concept of smoking.

One of the things that's to our advantage, in terms of getting rid of generic displays, whether in a movie or on a counter top, is that somebody has to pay for it. If you're one of the tobacco companies, why would you pay \$1 million to have a

[Translation]

M. Mahood: C'est une bonne question.

M. Scott: Je me demande donc si ce n'est pas tout simplement la cigarette que vous voyez, plutôt que le paquet.

Deuxièmement, les fabricants de cigarettes prétendent toujours que ce qu'ils veulent, c'est augmenter leur part du marché, mais non pas les rangs des fumeurs. Lorsque vous dites que si, au cinéma, les acteurs ne sortaient pas la bonne marque de leur poche, l'industrie ne se préoccupera pas de ce qu'ils fument ou non dans leurs films, cela ne cadre-t-il pas avec ce que dit l'industrie, soit qu'elle lutte pour avoir une meilleure part de marché plutôt que pour...? En d'autres termes, est-ce que ce qui compte pour l'industrie ce n'est pas que quelqu'un à la télé sorte de sa poche une cigarette Export "A" mais tout simplement que les gens fument à la télévision—même si les cigarettes sortent de paquets noirs et blancs? N'est-ce pas là ce que nous dit l'industrie?

M. Mahood: Je vais laisser David répondre à la deuxième question, mais j'aurais quelques mots à dire au sujet de la première.

Vous avez tout à fait raison. Même si les emballages sont neutres, l'adulte, le père ou la mère qui fume, sanctionnera par ses actes le tabagisme, mais tâchons de comprendre ce qui se passe à l'heure actuelle. Le message est que le gouvernement est en train de dire que le tabagisme n'est pas aussi grave que le prétend la profession médicale, car il autorise l'industrie à mettre les cigarettes dans de beaux paquets colorés. Le parent, quant à lui, appuie implicitement ce message.

Avec des emballages neutres, au minimum, vous enlevez la moitié de l'équation. Le gouvernement est au moins en train de dire que le tabagisme comporte de sérieux risques. Au moins le gouvernement élimine ce message contradictoire, celui-ci étant d'une part que le gouvernement dit qu'il s'agit d'un produit meurtrier qui entraîne l'accoutumance alors que, de l'autre, il en permet la vente dans des paquets attrayants. Vous éliminez ce message contradictoire et vous envoyez un autre message, c'est-à-dire que ce produit comporte tellement de danger que le gouvernement a décidé d'obliger l'industrie à en banaliser l'emballage, ce que le gouvernement n'impose dans le cas d'aucun autre produit.

• 0955

Il s'agit d'un message très clair en ce qui concerne le danger du tabac, et cela contribuerait certainement considérablement à neutraliser l'appui qu'accorde le parent, qui est un fumeur invétéré, à l'emballage que l'on trouve actuellement sur le marché.

M. Sweenor: Je pense que dans une grande mesure, les compagnies de tabac utilisent des emballages attrayants pour aller chercher une plus grande part du marché. Le problème, c'est que lorsque l'on fait la promotion d'une marque en particulier, on ne peut s'empêcher de promouvoir en même temps tout le concept du tabagisme.

Une chose qui est à notre avantage, si on ne permet plus qu'une marque de cigarettes apparaisse dans un film ou que les paquets soient exposés bien en vue dans les commerces, c'est que quelqu'un doit payer pour cette publicité. Pourquoi une

[Texte]

cigarette used in a movie when you might only have 20% of the Canadian market and 80% of the people who are enticed by that to start smoking, to restart smoking or to continue smoking? The rest are going to go to your competitors. What's the economic advantage to you?

I don't think for a moment that the tobacco companies are beyond trying to jointly promote these things, but it becomes much more difficult for them to do something like that.

Mr. Scott: So the introduction of new smokers is probably somewhat of an afterthought in the exercise. You take away the exercise and that disappears.

Mr. Sweanor: Yes. I'm not sure that it's actually an afterthought.

Mr. Scott: I understand.

Mr. Sweanor: I'm sure a lot of companies would say that, but it really is trying to aim at a precise target with a shotgun. They might say I really am aiming at their target. Well, regardless, you're having a lot of other impacts.

Mr. Scott: Okay. Thank you.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Mr. de Savoye, again, please.

M. de Savoye: J'aimerais apporter une précision.

Dans mon comté, depuis deux ans, les enfants dans les cours d'école pouvaient se procurer des cigarettes à l'unité. Ils se les procuraient avec d'autant plus de plaisir que c'étaient des cigarettes de contrebande.

Quand on parle de la courbe économique et de son élasticité, il faut bien voir que l'effet de contrebande a faussé, mais complètement faussé cette courbe-là. On ne peut plus s'y fier.

More to the point, you've not given me really anything more than my own common sense already knew, and I'm afraid that's not enough.

Just to provoke you—it's nothing personal, believe me—let's look at other things—

Mr. Mahood: We've never been provoked before.

Mr. de Savoye: Let us look at other things on the market that are already in plain packages.

Eggs. What is plainer than a package of a dozen eggs? It's good for your health and no one thinks that because it's in a plain package it's not good for the health. You could have market shares for this, too.

Milk or even maple syrup tastes different depending on where it comes from. From my riding it really tastes very nice. There's no way, however, to distinguish whether it comes from here or there.

So you have three products, and there could probably be a more valid example of plain packaging that does not affect consumption. You haven't told me anything more than I really knew before, to clarify my mind and assure me that if we move in that direction we'll do something that is worth while.

[Traduction]

compagnie de tabac paierait-elle un million de dollars pour que sa marque de cigarettes apparaisse dans un film alors que cela n'atteint peut-être que 20 p. 100 du marché canadien et que cela n'encourage que 80 p. 100 des gens à commencer, à recommencer ou à continuer de fumer? Le reste va à ses concurrents. Quel est l'avantage économique pour cette compagnie?

Je ne pense pas un instant que les compagnies de tabac n'essaient pas de promouvoir ces deux choses à la fois, mais cela devient pour elles plus difficile de faire quelque chose comme cela.

M. Scott: Donc, le fait d'accrocher de nouveaux fumeurs est sans doute une pensée qui ne vient qu'après coup lors de cet exercice. Si on élimine l'exercice, cela disparaît.

M. Sweanor: Oui. Je ne suis pas certain que ce soit vraiment une pensée après coup.

M. Scott: Je comprends.

M. Sweanor: Je suis certain que bon nombre de compagnies diraient cela, mais c'est vraiment essayer de viser une cible précise avec un fusil de chasse. Elles pourraient dire que je vise vraiment leur objectif. Eh bien, d'une façon ou d'une autre, ce que nous faisons a beaucoup d'autres conséquences.

M. Scott: Très bien. Merci.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Monsieur de Savoye, vous avez de nouveau la parole.

M. de Savoye: Let me make a clarification.

In my riding, over the last two years, children were able to buy cigarettes by the unit in their school yards. They were even more pleased to buy them as they were smuggled cigarettes.

When we talk about economics and price elasticity, one must realize that smuggling has completely distorted everything, we can no longer rely on them.

Vous ne m'avez rien appris de plus que ce que je savais déjà par le simple bon sens, et j'ai bien peur que cela ne soit pas suffisant.

Pour vous provoquer—ce n'est rien de personnel, croyez-moi—regardons un peu d'autres produits...

M. Mahood: Nous n'avons jamais été provoqués auparavant.

M. de Savoye: Regardons un peu d'autres produits sur le marché qui sont déjà dans des emballages neutres.

Les oeufs. Qu'est-ce qui est plus neutre que l'emballage d'une douzaine d'oeufs? Les oeufs sont bons pour la santé et personne ne pense que parce qu'ils sont dans un emballage neutre ils ne sont pas bons pour la santé. Vous pourriez avoir une part du marché pour cela également.

Le lait et même le sirop d'érable ont un goût différent selon l'endroit d'où ils proviennent. Les produits provenant de ma circonscription ont un très bon goût. Cependant, il n'y a aucune façon de distinguer si un produit provient d'un endroit ou d'un autre.

On a donc ces trois produits, et il pourrait sans doute y avoir un exemple plus valable d'emballages neutres qui n'affectent pas la consommation. Vous ne m'avez rien appris que je ne savais pas déjà et qui puisse me convaincre qu'il vaut la peine de prendre une telle mesure.

[Text]**[Translation]**

Now, try to convince me.

Mr. Mahood: In response, if I may be a bit of a devil's advocate in reverse, you know very well that what you just presented to me is a false argument.

You said that some products are on the market and packaged a certain way, and this hasn't had an effect on the economics of the issue. The fact is that it could very well have a major impact if they had fancy packaging. I don't believe there's a cause-and-effect relationship at all in the connection you've described and the fact that those products are sold in relatively modest, plain packaging.

Mr. de Savoye: Just to amplify this, you understand that I could be in the situation of not believing there is a cause and effect with respect to the plain packaging of cigarettes too?

Mr. Mahood: Yes.

Mr. de Savoye: Okay.

Mr. Sweanor: I'll deal with this quickly and then address your price elasticity comment.

• 1000

You're dealing with very different products in that when you look at something like eggs, milk, or fruit and vegetables—who is buying them? What portion of the population is buying them? If you are looking at targeting markets, how much are you relying on kids to go into stores and decide, gee, eggs look really neat, I think I'll try some, as opposed to how many have their mother come home with some eggs and say, eat some?

Parents don't go shopping for their tobacco. Most people have things like eggs and milk in their homes. Those are products used by a great many. That's not the case with tobacco products. You don't have a saturated market. It isn't the so-called mature market that tobacco companies would like to pretend it is. The vast majority of people who do smoke want to quit. The very large majority of Canadians don't smoke at all, but we know there are a lot of people entering the market each year.

So it is a very different market. With the amount of shopping I do, I know there is actually differentiation between even things like eggs and milk in terms of labels and designs. I, for one, am suckered into paying more money for certain types of eggs on the belief that the material they are putting on the package is telling me something valid about that product. If that's not true I would really like to know, because I am paying more money for some of my eggs.

In terms of price elasticity and smuggling, if you are dealing with a market that is 100% occupied by smuggling, then of course price elasticity is not playing a role. What we are looking at in Canada is that in many parts of the country there was very little smuggled tobacco, and in other areas it was a mix of smuggled and legal. What happened was the legal price fell, not the smuggled price. So it's the portion of the market that was in the legal market where it had suddenly become much more affordable. So that 75% or 75%-plus of the overall Canadian market—in many parts it was much more than that, and in parts of Quebec it was much less than that—is the portion of the market you're looking at in terms of price elasticity.

Essayez maintenant de me convaincre.

M. Mahood: Je vous répondrai, si je peux me faire l'avocat du diable à l'envers, que vous savez très bien que vous venez de me présenter un faux argument.

Vous avez dit que certains produits sur le marché avaient un emballage neutre et que les ventes de ces produits n'avaient pas diminué pour autant. Le fait est que si ces produits étaient présentés dans un emballage attrayant, peut-être que les ventes augmenteraient. À mon avis, il n'y a aucun rapport de cause à effet entre la situation que vous m'avez décrite et le fait que ces produits sont vendus dans des emballages neutres relativement modestes.

M. de Savoye: Vous comprenez cependant que je pourrais ne pas croire qu'il y a un rapport de cause à effet en ce qui concerne la banalisation de l'emballage des cigarettes également?

M. Mahood: Oui.

M. de Savoye: Très bien.

M. Sweanor: Permettez-moi de répondre rapidement, puis je répondrai à votre observation au sujet de l'élasticité des prix.

•

Nous parlons ici de produits très différents. En effet, qui achète des produits comme les œufs, le lait, les fruits et les légumes? Quelle portion de la population les achète? Si vous voulez cibler les marchés, habituellement, ce ne sont pas les enfants qui vont dans les magasins et qui décident d'acheter telle ou telle douzaine d'œufs parce qu'elle paraît mieux, mais c'est plutôt leur mère qui arrive à la maison avec des œufs et qui leur en propose.

Les parents ne vont pas acheter les cigarettes des enfants. La plupart des gens ont des œufs et du lait à la maison. Ce sont des produits fort utilisés. Ce n'est pas le cas des produits du tabac. Le marché n'est pas saturé. Le marché n'est pas aussi mature que les compagnies de tabac le prétendent. La grande majorité des gens qui fument veut arrêter de fumer. La très grande majorité des Canadiens ne fume pas du tout, mais nous savons que chaque année un grand nombre de personnes commencent à fumer.

Il s'agit donc d'un marché très différent. Je fais un peu de magasinage, et je sais qu'il y a en fait une différence sur le plan des étiquettes et des designs pour des choses comme les œufs et le lait. Personnellement, je me laisse prendre à payer davantage pour certains types d'œufs parce que j'ai lu sur l'emballage que ce produit était valable. Si ce qu'on dit sur l'emballage n'est pas vrai, j'aimerais le savoir, car je paie plus cher pour certains œufs que j'achète.

Pour ce qui est de l'élasticité des prix et de la contrebande, s'il s'agit d'un marché qui est occupé à 100 p. 100 par la contrebande, naturellement, l'élasticité des prix ne joue aucun rôle. Dans bon nombre de régions du Canada, il y avait très peu de contrebande du tabac, tandis que dans d'autres régions c'était une combinaison de cigarettes légales et de cigarettes de contrebande. Ce sont donc les cigarettes que l'on trouve sur le marché légal qui sont soudainement devenues beaucoup plus abordables. On peut donc parler d'élasticité des prix pour 75 p. 100 ou pour 75 p. 100 et plus du marché global canadien—dans bon nombre de régions, ce pourcentage était plus élevé tandis que dans certaines régions du Québec, il était beaucoup moins élevé.

[Texte]

There are also some other interesting concepts on the economics of tobacco consumption that get into what they call a rational addiction model. This means that even though people are addicted to something, they can make a rational decision in that if they think the price of a product is going to go up, a product like tobacco, they will actually try to adjust their consumption ahead of time because they know that is going to happen. If they think the prices are about to go back up, it makes it more likely that somebody will say, I should keep my consumption down because as soon as the government cracks down on the smugglers, the price is back up. Once the price is actually lowered by the government, the rational response from consumers is, gosh, I don't have to worry anymore. I have seen various people say, well, now I can smoke more; I should stock up, etc. That's the sort of thing that ends up affecting the overall price elasticity.

Again, as mentioned earlier, we'll have an idea of the actual impact later on, but what we do know is if you take any price-sensitive good—and virtually all goods are price sensitive—and you chop the price in half for 75% of the market, you are going to increase consumption.

Mr. Mahood: Finally, Mr. Chairman, we have left with the clerk some evidence, I think, of some common-sense support for plain packaging that may be of interest to the committee. In these packages you have lead editorial endorsements for plain packages by the editorial boards of some of the most significant newspapers in this country. They looked at the evidence we've given you this morning and they have all come out in support. We are talking about *The Globe and Mail*, *The Toronto Star*, *The Ottawa Citizen*, *The London Free Press*, the Brantford *Expositor*. Those last two papers are right in tobacco country and those two papers endorse plain packaging. If there is a communication strategy to explain the importance of this, you will carry the support of the public in this country, but this is clear evidence that the media will support you as well.

The Chairman: Mr. Mahood, I would like to give Dr. Fry and Mr. Szabo one question each to complete the hour.

Ms Fry (Vancouver Centre): My question actually is for Mr. Sweanor. I must say, I am not looking for conclusive evidence. I don't believe there will be conclusive evidence in any kind of marketing analysis. It never can be. We cannot find that kind of scientific evidence in marketing analysis. However, I wanted to ask you something completely different. Mr. Sweanor, you're a lawyer, aren't you?

• 1005

Mr. Mahood made a statement that is very relevant. He said we are forcing something on the tobacco industry that we have never before forced on any other industry in terms of its product.

I want to know the legal implications of that. I'm sure you have researched that quite well.

[Traduction]

Un autre concept intéressant de l'économie que de la consommation du tabac est ce qu'on appelle le modèle d'accoutumance rationnelle. Cela veut dire que même si les gens sont accoutumés à quelque chose, ils peuvent prendre une décision rationnelle, c'est-à-dire que s'ils estiment que le prix d'un produit va augmenter, un produit comme le tabac, ils vont en fait essayer d'ajuster leur consommation à l'avance parce qu'ils savent ce qui va arriver. S'ils pensent qu'il y aura une hausse des prix, il est plus probable qu'ils se disent qu'ils vont réduire leur consommation parce que aussitôt que le gouvernement prendra des mesures pour lutter contre la contrebande, le prix va remonter. Lorsque le gouvernement baisse le prix, la réaction rationnelle des consommateurs est de se dire qu'ils n'ont plus à s'inquiéter. J'ai entendu bien des gens dire qu'ils pouvaient dorénavant fumer davantage, qu'ils devraient faire des provisions, etc. Voilà le genre de chose qui finit par affecter l'élasticité globale des prix.

Encore une fois, comme je l'ai mentionné, nous aurons une idée de l'impact réel plus tard, mais nous savons que si l'on prend n'importe quel produit sensible aux fluctuations des prix—and pratiquement tous les produits le sont—and que l'on coupe le prix en deux pour 75 p. 100 du marché, la consommation de ce produit augmentera.

M. Mahood: Enfin, monsieur le président, nous avons remis à la greffière des documents qui intéresseront peut-être le comité et dans lesquels on retrouve des arguments pleins de bon sens pour appuyer la banalisation de l'emballage. Dans ces documents, vous constaterez que nous avons l'appui des équipes de rédaction de la plupart des grands journaux au pays. Ces équipes ont examiné les arguments que nous vous avons donnés ce matin et elles ont toutes décidé de nous appuyer. Il s'agit des journaux *The Globe and Mail*, *The Toronto Star*, *The Ottawa Citizen*, *The London Free Press*, et de *l'Expositor* de Brantford. Ces deux derniers journaux qui se trouvent au cœur même des régions productrices de tabac appuient la banalisation de l'emballage. S'il y a une stratégie de communication pour expliquer l'importance d'une telle mesure, vous aurez l'appui de la population canadienne, mais nous avons la preuve que les médias vous appuieront également.

Le président: Monsieur Mahood, j'aimerais permettre au Dr Fry et à M. Szabo de poser encore une question chacun avant de clore la séance.

Mme Fry (Vancouver-Centre): Ma question s'adresse en fait à M. Sweanor. Je dois dire que je ne cherche pas de preuves concluantes. Je ne crois pas qu'aucune analyse de marché puisse permettre d'en arriver à une preuve concluante. Ce n'est pas possible. Nous ne pouvons trouver ce genre de preuve scientifique lors d'une analyse de marché. Cependant, j'aimerais vous demander quelque chose de tout à fait différent. Monsieur Sweanor, vous êtes avocat, n'est-ce pas?

M. Mahood a fait une déclaration tout à fait pertinente. Il a dit que ce que nous imposons à l'industrie du tabac n'a jamais été imposé à une autre industrie, quelle qu'elle soit, en ce qui concerne un produit.

Je veux savoir quelles sont les conséquences juridiques d'une telle chose. Je suis certaine que vous êtes bien documenté à cet égard.

[Text]

Mr. Sweanor: We have very stringent requirements on the packaging of many other products, as you would know, things such as pharmaceutical products. We have control over the packaging of the very many things under the Hazardous Products Act. Of course, we have control over packaging and labelling of materials pursuant to the Consumer Packaging and Labelling Act pursuant to narcotics legislation.

In terms of what we do with tobacco products if we move to a form of packaging that takes away the whole allure, I think it gets into issues of whether there is justification for the government to do this. You look at the charter, and the tobacco companies will say this is interfering with their right of free speech.

I'll try to avoid making my usual disparaging remarks about the tobacco industry and freedom of speech, given what they're saying about additives right now.

The fact is, in all the various forms of speech we protect, everything from statements of political belief to religious belief on down the list, here all we have is somebody saying it's an image, an image for commercial purposes. That's not very high on the hierarchy of the speech that we want to protect or that would have such an onus on government to try to deal with it.

But what is it we're trying to achieve? Here I think it ties into your remark about how much proof we would have to have. We are dealing with an emergency. Even setting aside what impact the tax decision would have, we're dealing with, as you well know, over 40,000 deaths a year. Hundreds of thousands of people are entering the market. Many hundreds of thousands in the market are wanting to leave, trying to leave.

How do we deal with a situation like that? It really is one of these things where we ask how much information do you need to justify to a court that this is a reasonable response to the situation given the situation you're in? Although some will argue that you have to be absolutely exact and know exactly what the percentage decline will be to five decimal places, I think the real response is to look at what we do in any other situation.

Let's say you're operating in an emergency room and a case comes in that you've never witnessed before. The patient is very rapidly dying, but you know on the basis of all your common sense and all your training from everything else what would be the most likely thing to do. If somebody comes along and says to you that you're not exactly sure and they suggest you wait several years until more studies come out, what's the response? The fact is, it's an emergency situation. If this is the most reasonable thing to do, then that's what should be done. I think our courts are very reasonable in looking at that.

[Translation]

M. Sweanor: Il existe des exigences très strictes en ce qui concerne l'emballage de bon nombre d'autres produits, entre autres, comme vous le savez, pour les produits pharmaceutiques. Nous contrôlons l'emballage de bon nombre d'autres produits aux termes de la Loi sur les produits dangereux. Naturellement, nous exerçons un contrôle sur l'emballage et l'étiquetage de matériaux aux termes de la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation et de la Loi sur les stupéfiants.

En ce qui concerne les produits du tabac, il s'agit de savoir si le gouvernement est justifié d'imposer un emballage qui enlève tout attrait au produit. Les compagnies de tabac diront que cela va à l'encontre de leurs droits à la liberté d'expression que leur garantit la Charte des droits et libertés.

Je vais essayer d'éviter de faire mes remarques désobligeantes habituelles au sujet de l'industrie du tabac et de la liberté d'expression, étant donné ce qu'elle dit au sujet des additifs à l'heure actuelle.

Le fait est que de toutes les diverses formes d'expression que nous protégeons, que ce soit des déclarations de croyances politiques jusqu'aux croyances religieuses en passant par toute la liste—tout ce que nous avons ici, c'est quelqu'un qui dit qu'il s'agit d'une image, une image à des fins commerciales. Cela n'occupe pas un rang très élevé dans la hiérarchie des libertés d'expression que nous voulons protéger et ce ne serait pas tellement un fardeau pour le gouvernement d'essayer de régler la question.

Quel est notre objectif exactement? Vous avez dit tout à l'heure que c'était une question de preuve. Il s'agit ici d'une situation d'urgence. Même si on met de côté l'impact de la décision en ce qui concerne la taxe, comme vous le savez, plus de 40 000 décès par an sont dus à la cigarette. Il y a des centaines de milliers de gens qui commencent à fumer. Des centaines de milliers d'autres veulent arrêter, ou tentent d'arrêter de fumer.

Que devons-nous faire dans une telle situation? Il faut vraiment se demander quelles sont les données dont on a besoin pour justifier devant un tribunal qu'il s'agit d'une réaction raisonnable devant la situation dans laquelle nous nous trouvons. Même si certains diront qu'il faut être absolument exact et que nous devons savoir exactement quel sera le pourcentage de la baisse au millième près, je pense que la vraie réponse consiste à regarder ce que nous faisons dans toute autre situation.

Disons par exemple que vous travaillez à l'urgence dans un hôpital et que vous vous retrouvez dans une situation que vous n'avez jamais vue auparavant. Le patient est en train de mourir très rapidement, et le simple bon sens ainsi que votre formation vous dictent quelle est la meilleure chose à faire. Si quelqu'un vient vous dire que vous n'êtes pas exactement certaine des résultats et vous suggère d'attendre plusieurs années avant que des études soient faites sur la question, quelle sera votre réaction? Le fait est qu'il s'agit d'une urgence. Si c'est la chose la plus raisonnable à faire, alors c'est ce qui doit être fait. Je pense que nos tribunaux sont très raisonnables lorsqu'ils examinent ce genre de cause.

[Texte]

I agree with what Gar says. There's no reason to pull together more information. If now you're 80% certain that you can succeed in something like this, more research might make you 99% certain. It's important enough as an issue to do that, but it's not a big enough concern to say we should delay important measures for some number of years while many more people become addicted or readdicted and eventually end up dying.

Mr. Mahood: Or even six months, for that matter.

Mr. Szabo (Mississauga South): I'm not going to have time to do all that I wanted to do, but let me get to the point.

If we successfully deal with the cigarette thing and get it down to a point where it no longer is a concern, what's next? Are we going to start going, for instance. . . ? My drift is quality of life versus length of life.

When I look out there and see things like very unhealthy children getting into the trend, is the next thing to have a skull and crossbones on McDonald's restaurants? Are we going to go after that? Are you going to help do that too?

How much do we have to do to tell people that positive lifestyles are important?

Mr. Mahood: We're all fighting to answer this question.

Mr. Sweanor: I get to because I have agreed to buy Gar lunch.

Mr. Szabo: Don't go to McDonald's.

Mr. Sweanor: That really is the slippery slope argument, asking if you take one move, how much further do you go?

I remember in law school, when the debate was whether or not to give women the vote, the argument was if you give it to women, pretty soon you'll have to give it to kids; it'll be cats and dogs, and pretty soon guppies will rule the world.

The fact is, in any slippery slope argument we have to recognize we can make rational decisions on an individual case. In this case we're dealing with a very different sort of product. Tobacco is the only legal product that kills people when used exactly as intended. It's addictive. Virtually all new users are kids. It has no safe level of consumption. According to the World Health Organization—

Mr. Szabo: I know we're finished, Mr. Chairman.

Before you leave, can you provide me with life expectancy figures for smokers versus non-smokers?

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Perhaps you can provide information, with the consent of the committee, and also answers to these direct questions. Are the packs you circulated available in Canada? What about plain packaging for roll-your-own tobacco?

[Traduction]

Je suis d'accord avec ce que Gar dit. Il n'y a aucune raison de rassembler d'autres informations. Si vous êtes à 80 p. 100 certaine que vous réussirez, d'autres recherches vous permettront peut-être d'en être certaine à 99 p. 100. Je ne pense pas que cela justifie que l'on attende des années avant de prendre des mesures importantes car, entre temps, il y a de plus en plus de gens qui commencent à fumer ou recommencent à fumer et qui risquent d'en mourir.

Mr. Mahood: Oui, même six mois, en fait.

Mr. Szabo (Mississauga-Sud): Je n'aurai pas le temps de faire tout ce que je voulais faire, mais je vais passer tout de suite au principal.

Si nous réussissons à enrayer le tabagisme au point où ce n'est plus un problème, à quoi nous attaquerons-nous ensuite? Allons-nous commencer par exemple. . . ? Je veux en venir à la qualité de vie par rapport à la durée de vie.

Nos enfants ont des habitudes alimentaires qui ne sont pas très saines, mais est-ce que nous allons pour autant devoir accrocher une tête de mort devant les restaurants McDonald? Allons-nous nous en prendre à ces restaurants? Allez-vous aider à faire cela?

Jusqu'où devons-nous aller pour dire aux gens qu'il est important d'avoir un style de vie positif?

Mr. Mahood: Nous nous battons tous pour répondre à cette question.

Mr. Sweanor: C'est moi qui y réponds parce que j'ai invité Gar à déjeuner.

Mr. Szabo: N'allez pas chez McDonald.

Mr. Sweanor: Nous sommes vraiment sur une pente bien glissante lorsque vous demandez jusqu'où encore il faudra aller une fois que l'on aura pris certaines mesures?

• 1010

Lorsque j'ai étudié le droit à l'université, je me rappelle un débat où il fallait décider si on devait ou non donner aux femmes le droit de voter. On disait que si l'on donnait aux femmes le droit de voter, il faudrait bientôt le donner également aux enfants, aux chats et aux chiens et qu'avant longtemps ce serait les guppys qui dirigerait le monde.

Il reste que dans tout argument qui nous met sur une pente glissante, nous devons reconnaître que nous pouvons prendre des décisions rationnelles dans chacun des cas. Ici, il s'agit d'un type de produit très différent. Le tabac est le seul produit légal qui tue les gens lorsqu'il est utilisé exactement comme prévu. Le tabac crée une habitude. Pratiquement tous les nouveaux utilisateurs sont des enfants. Il n'existe aucun niveau de consommation sans danger. Selon l'Organisation mondiale de la santé. . .

Mr. Szabo: Je sais que nous avons terminé, monsieur le président.

Avant de partir, pouvez-vous me dire quelle est l'espérance de vie pour les fumeurs et pour les non-fumeurs?

Le vice-président (M. Pagtakhan): Peut-être pouvez-vous nous fournir ces données, avec le consentement du comité, et répondre également à ces questions directes. Les paquets que vous avez distribués se vendent-ils au Canada? Y a-t-il des emballages banalisés pour les cigarettes qu'on peut rouler soi-même?

[Text]

In the interest of time I really have to terminate your presentation, but if you could provide the answers to those questions to the committee, it would be appreciated.

Thank you so much.

Mr. Mahood: Mr. Chairman, on behalf of our association I want to thank you for hearing us. We were very critical of the government with the tax roll-back, and we haven't changed our position on that, but I do want to go on the record as commending the minister and Health Canada for bringing consideration of this reform forward. I think this is leadership, and I think if you criticize governments you should be prepared to compliment them when they do things that are right. I think this is an absolutely critical measure and I compliment the government for taking the initiative to put this forward.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you.

We'll have a one-minute break to allow for a new set of witnesses.

Mme Picard (Drummond): J'invoque le Règlement, monsieur le président. Je voudrais déposer une motion.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We will just have a one-minute break, please. Can you do it after the pause?

La greffière: Après la pause, si cela ne vous dérange pas.

Mme Picard: Très bien.

• 1012

• 1017

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I would like to resume the meeting.

I am receiving an indication that Mrs. Picard would like to put a motion.

Mme Picard: Monsieur le président, hier, durant la période des questions, le très honorable Premier ministre a déclaré que les ministres et leurs fonctionnaires responsables seraient disposés à venir présenter l'analyse complète des finances et des dépenses de chaque ministère.

Je propose donc que le Comité invite avant le 26 avril la ministre de la Santé, l'honorable M^{me} Marleau, et convoque les fonctionnaires afin d'entreprendre, poste par poste, l'analyse complète des dépenses de son ministère et des organismes relevant de son autorité, avec l'aide de tous les documents et dossiers nécessaires à la bonne conduite de cette opération, de même que les documents traitant des coupures de dépenses projetées par le gouvernement, le tout tel que proposé par le Premier ministre à la période des questions du 13 avril 1994.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We heard the motion. Of course, we're in the midst of hearing witnesses. We have two options. We could debate the motion, because it is a debatable motion, which would interrupt the presentation of witnesses to whom we have given an indication of time as to their appearance. The room will be available only up to 11:30 a.m. and we should allow a few minutes before that.

[Translation]

Je suis vraiment obligé de mettre fin à votre exposé, en raison du manque de temps, mais si vous pouviez répondre aux questions du comité, nous vous en saurions gré.

Merci beaucoup.

M. Mahood: Monsieur le président, au nom de notre association, je tiens à vous remercier de nous avoir écoutés. Nous avons beaucoup critiqué le gouvernement lorsqu'il a réduit la taxe sur le tabac, et nous n'avons pas changé notre position là-dessus, mais je tiens à féliciter publiquement la ministre de la Santé ainsi que le ministère pour avoir proposé l'examen de cette réforme. Il s'agit à mon avis de leadership, et je pense que si l'on critique les gouvernements, on doit être prêt à les féliciter lorsqu'ils font de bonnes choses. Il s'agit à mon avis d'une mesure absolument cruciale et je félicite le gouvernement de cette initiative.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci.

Nous allons faire une pause d'une minute pour laisser le temps au nouveau groupe de témoins de s'installer.

Mrs. Picard (Drummond): On a point of order, Mr. Chairman. I would like to introduce a motion.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous allons d'abord prendre une pause d'une minute. Pouvez-vous le faire après la pause?

The Clerk: After the break, if you don't mind.

Mrs. Picard: Okay.

• 1017

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous reprenons nos travaux.

M^{me} Picard me fait signe qu'elle aimerait proposer une motion.

Mrs. Picard: Mr. Chairman, yesterday the Right Honorable Prime Minister stated during Question Period that his ministers and their officials would be willing to come and present a complete analysis of each department's finances and expenditures.

Consequently, I move that the Committee invite before April 26 the Minister of Health, the Honorable Mrs. Marleau, and summon civil servants in order to undertake a thorough evaluation, item by item, of the expenditures of the Department and those agencies coming under the Minister's responsibility, with the help of all documents and files necessary to successfully carry out this evaluation, including those documents relating to the government's planned expenditure cuts, the whole as proposed by the Prime Minister during the Question Period of April 13, 1994.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous avons entendu la motion. Manifestement, nous sommes en plein milieu d'une audition de témoins. Deux possibilités s'offrent à nous. Nous pourrions débattre de la motion, car elle peut être débattue. Cela aurait pour effet d'interrompre l'exposé de nos témoins, que nous avons convoqués à une heure précise pour une certaine période. Nous aurons la salle jusqu'à 11h30 seulement, et nous devrions la libérer quelques minutes avant.

[Texte]

I am at the pleasure of the committee. We have two options. In the wisdom of the committee we can proceed with the motion or table it after hearing the witnesses. Is there any indication of view on this issue?

Ms Fry: I move to table.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): It is moved to table the motion. We can call it after the meeting, and I will do so at the pleasure and with the wisdom of the committee, and thereafter decide whether to proceed and debate it at that time and come to a decision, whatever.

Is it agreeable to you, Mrs. Picard?

Mme Picard: D'accord.

[Traduction]

Je m'en remets à la volonté du comité. Nous avons deux options. Si le comité le juge bon, nous pourrions débattre de la motion, ou bien, nous pourrions la reporter et en parler après avoir entendu les témoins. Que voulez-vous faire?

Mme Fry: Je propose que nous déposions la motion.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Il est proposé que nous déposions la motion. Nous pourrons en débattre après la séance, et je vais m'en remettre à la volonté et à la sagesse du comité. À ce moment-là, nous pourrons décider de débattre de la motion et prendre une décision, c'est comme vous voulez.

Cela vous va, madame Picard?

Mrs. Picard: Fine.

• 1020

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Is it agreed we table the motion?

Some hon. members: Agreed.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We would like to welcome the witnesses from the Canadian Cancer Society. We have one hour, so please keep the presentations as short as possible to allow time for questions.

Mr. Gary Semenchuk (Chair, National Public Issues Committee, Canadian Cancer Society): The Canadian Cancer Society is Canada's largest non-profit, charitable health organization. It is also a member of the National Campaign for Action on Tobacco.

With me is Dr. Don Iverson, the director for the Centre of Behavioural Research and Program Evaluation for our sister organization, the National Cancer Institute of Canada. Ken Kyle is our director of public issues, Lyne Deschênes is our research assistant, and Rob Cunningham is our consultant.

We are pleased to be here today to address the important matter of plain packaging of tobacco products. We want to congratulate the government and this committee for proceeding with this matter as quickly as it has.

We have prepared a large report for the committee. It is over 150 pages in length and is entitled "Putting Health First: The Case for Plain Packaging of Tobacco Products".

In view of our desire to have as complete a report as possible for you, and because we are appearing early in these proceedings, the French language version is not yet completed. In fact, the report was just completed in English last night. We are prepared to make it available now to you in English, or to distribute it to you later in both languages. I trust we'll be able to leave you with the English version and then follow up with the subsequent one.

The Canadian Cancer Society is committed to a comprehensive approach to control the tobacco epidemic, which currently kills over 38,000 Canadians a year. One-third of all cancer deaths are the result of the use of tobacco industry products.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Est-il convenu de déposer la motion?

Des voix: D'accord.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous voulons souhaiter la bienvenue aux témoins de la Société canadienne du cancer. Nous avons une heure, alors je vous prie d'être aussi brefs que possible lors des exposés afin de permettre suffisamment de temps pour les questions.

M. Gary Semenchuk (président, Comité national des questions d'intérêt public, Société canadienne du cancer): La Société canadienne du cancer est le plus important organisme de charité canadien du domaine de la santé. Elle participe également à la Campagne nationale d'action contre le tabac.

J'aimerais vous présenter mes collègues: le Dr Don Iverson, directeur du Centre de recherche sur le comportement et l'évaluation des programmes de notre pendant, l'Institut national du cancer du Canada; Ken Kyle, directeur des questions d'intérêt public; Lyne Deschênes, adjointe à la recherche, et Rob Cunningham, consultant.

Nous sommes heureux d'être ici aujourd'hui pour traiter d'une question fort importante: l'emballage générique des produits du tabac. Nous voulons féliciter le gouvernement et ce comité d'avoir décidé d'examiner cette question si rapidement.

Nous avons préparé un rapport étayé sur cette question à l'intention du comité. Ce rapport imposant (il compte en effet plus de 150 pages) est intitulé *Putting Health First: The Case for Plain Packaging of Tobacco Products*. («La santé d'abord: La banalisation des produits du tabac»).

Étant donné que nous désirons vous soumettre un rapport aussi complet que possible et que nous n'en sommes qu'au début des délibérations, nous ne disposons pas encore de sa version française. De fait, nous avons mis la dernière main au rapport anglais seulement hier soir. Nous sommes donc prêts à vous soumettre dès aujourd'hui le rapport anglais ou à vous faire parvenir d'ici peu une version bilingue. J'espère pouvoir déposer la version anglaise, et faire parvenir la version française par la suite.

La Société canadienne du cancer s'est engagée à adopter une stratégie exhaustive de contrôle de l'épidémie actuelle de tabagisme, une épidémie qui touche plus de 38 000 Canadiens chaque année. Un tiers de tous les décès associés au cancer découlent de l'usage des produits de l'industrie du tabac.

[Text]

While many aspects of tobacco advertising were eliminated in Canada when Parliament enacted the Tobacco Products Control Act in 1988, an important type of tobacco advertising, the tobacco pack itself, was not included at that time.

Attractive packaging can enhance tobacco sales. Marketing experts point out this is particularly important for self-selected impulse purchases or when the imagery is an important aspect of the product. These factors are important with first-time teen smokers. The term "plain packaging" refers to the standardization of the packaging of tobacco products, so the only principal packaging differentiation between products is the brand name. This would remove the alluring, attractive features from the packaging.

For the next moment or two I'd like to call on our research assistant, Lyne Deschênes, to provide some comments about plain packaging. Packages will be distributed to the members to keep.

Mme Lyne Deschênes (adjointe de recherche, Société canadienne du cancer): Monsieur le président, mesdames et messieurs les députés, nous avons ici un exemple de ce que pourrait être un emballage neutre. Il vous sera distribué dans quelques minutes. Tout en haut, on a le message relatif à la santé, tel qu'il sera obligatoire à partir de septembre 1994. Sur le côté, on a trois des substances toxiques qui sont à l'intérieur de la cigarette. L'emballage est beige, une couleur qui n'est pas très attrayante et même plutôt ennuyeuse. La marque de commerce apparaît ici, au centre, suivie du nombre de cigarette contenues dans le paquet. La marque pourrait aussi apparaître en bas, suivie du nombre de cigarettes aussi. Toute écriture est à l'encre noire. Il n'y a aucun logo sur le paquet. La seule différence entre les différents paquets est la marque de commerce.

La grosseur du paquet devrait aussi être standardisée puisque certaines compagnies font ce qu'on appelle les *slim packages*, ce qui vise particulièrement les femmes.

L'espace occupé par l'avertissement pourrait être plus important. Il pourrait aussi contenir davantage de détails et se terminer par un numéro de téléphone où l'on pourrait obtenir de plus amples renseignements. C'est une loi qui a été adoptée en mars dernier en Australie.

• 1025

Une autre suggestion pourrait être tout simplement de mettre une photo, puisqu'on dit qu'une image vaut mille mots.

En dernier lieu, j'aimerais souligner que l'emballage neutre ne doit pas être utilisé seulement pour le paquet, mais aussi pour l'ensemble de la cartouche. Merci.

Mr. Semenchuk: Ladies and gentlemen, the Canadian Cancer Society will outline 18 reasons why we believe the Standing Committee on Health should recommend plain packaging legislation:

1. It would eliminate the package as advertising. The package is the most important advertising medium for tobacco products. An average smoker will remove the pack from a pocket or purse 20 to 25 times per day. Across Canada that works out to about 50

[Translation]

Bien que de nombreuses facettes de la publicité sur le tabac soient tombées sous le glaive de la Loi réglementant les produits du tabac en 1988, une importante source de publicité sur le tabac demeure: les paquets de tabac eux-mêmes.

Un paquet attrayant peut contribuer à l'augmentation des ventes de tabac. Les experts en marketing indiquent qu'un tel aspect est particulièrement important dans le cas d'achats spontanés en libre sélection ou de produits véhiculant une image sociale. Ces facteurs sont cruciaux dans la genèse du tabagisme chez l'adolescent. On entend par «emballage générique» la normalisation de l'emballage des produits du tabac de façon à ce que la principale différence entre eux soit le nom de la marque. Une telle mesure altérerait ainsi «l'esthétisme» des paquets de produits du tabac.

Je voudrais demander à notre adjointe de recherche, madame Lyne Deschênes, de dire quelques mots pendant quelques instants sur la banalisation des emballages. Nous distribuerons des paquets aux députés; s'ils veulent, ils pourront les garder.

Mrs. Lyne Deschênes (Research Assistant, Canadian Cancer Society): Mr. Chairman, committee members, here we have an example of what could be termed a plain package. We will be distributing it to you in a few moments. At the very top of the package, we find the health message, which will be mandatory starting in September 1994. On the side of the package, three of the toxic substances within the cigarettes are listed. The package is beige, not a very attractive colour, and actually a rather dull colour. The brand name is here, in the centre, followed by the number of cigarettes contained in the package. The brand could also appear at the bottom, also followed by the number of cigarettes contained. All the printing is in black ink. No logo appears on the package. The only difference between the various packages would be the brand name.

The size of the package should also be standardized because some companies manufacture what we call "slim packages", which are aimed particularly at female smokers.

The space for the warning could be larger. It could also contain more details as well as a telephone number that consumers could call to get more information. Last March, a law was passed in Australia to allow for this possibility.

Another suggestion could be just to have a photo, since they say that one picture is worth a thousand words.

Finally, I'd like to point out that plain packaging should not apply to the package itself, but also to the entire carton. Thank you.

M. Semenchuk: Mesdames et messieurs, la Société canadienne du cancer vous soumet donc 18 raisons expliquant pourquoi nous croyons que le Comité permanent de la santé devrait recommander l'imposition de l'emballage générique:

1. L'emballage générique éliminerait un important véhicule de publicité: le paquet de produits du tabac lui-même. Le paquet est le plus important véhicule de publicité des produits du tabac. Ainsi, un fumeur moyen tire son paquet de sa poche ou de son

[Texte]

billion times per year. Whenever or wherever a package is displayed, it promotes the product, and it does so with the endorsement of a smoker who may be an influential role model, such as a parent, sibling, teenager or adult friend, co-worker, employer or community leader.

The industry trade journal *World Tobacco* made these comments regarding the growing importance of tobacco packaging:

Limitations on advertising will inevitably mean that increasing use will be made of tobacco packs themselves to get brand messages across.

Cigarette packs have always been the main point of differentiation between brands, and from now on they will have to work harder than ever, not only at the point of sale to provide increased "stand out", but also whilst in use to communicate the values of the brand to the consumer—to reassure and build loyalty. This is particularly so because of the role of cigarettes as "badge products" with which the consumer identifies personally and which he uses to communicate his own identity to others.

It is our view that plain packaging would curb this advertising.

2. It would reduce the effect of past advertising. While the Tobacco Products Control Act addresses tobacco advertising, past advertising can have a present impact on consumer impressions. Advertising has a "store of value". Depending on how long a person has been smoking, the collective impact of past advertising may have built up over a few years or several decades.

Peter Holt, former president and chief executive officer of RJR-Macdonald, testified in court that the imagery of advertising built up over 50 years:

It's just like the song, you know, "The Memory Lingers On". So, therefore, the imagery of the originating ads, as it were, isn't really lost out there. It's sort of complemented or completed by packaging.

Plain packaging can break this link that serves as a reminder of the imagery.

3. It would decrease the impact of foreign advertising. The Tobacco Products Control Act does not prohibit tobacco advertising in foreign magazines distributed in Canada, nor does the act prevent rebroadcast of coverage of tobacco-sponsored events such as Winston car racing. Plain packaging would decrease the impact of these advertisements since the strong link between the advertisement and the brand would be broken.

4. It would decrease the impact of sponsorships. Corporate name sponsorships are widespread because of an exception in the Tobacco Products Control Act and the way in which the exception is being interpreted. As a result, the effectiveness of the ban on tobacco advertising has been significantly reduced.

[Traduction]

sac de 20 à 25 fois par jour. L'ensemble des fumeurs canadiens font donc cette action environ 50 milliards de fois par année. Et chaque fois, la consommation du produit est inconsciemment promue. De plus, le fait que cette «promotion» soit souvent faite par des personnes exerçant une influence sur les témoins (un parent, un frère, une soeur, un ami, un collègue, un employeur, un leader de la communauté, etc.) a une incidence certaine sur la consommation.

On a ainsi noté, dans la revue commerciale de l'industrie du tabac *World Tobacco*, les commentaires suivants quant à l'importance de l'emballage du tabac:

Les limites imposées en publicité voudront inévitablement dire qu'il faudra de plus en plus compter sur les paquets de tabac pour véhiculer la publicité des marques de commerce.

Les paquets de cigarettes ont toujours été le moyen le plus évident de différenciation entre les marques. Le rôle sera dorénavant plus crucial que jamais puisqu'ils devront non seulement continuer à «accrocher l'œil», mais encore communiquer les valeurs de la marque au consommateur, le réassurer et gagner sa fidélité. Cela est particulièrement attribuable au fait que les cigarettes sont un «produit-insigne» auquel s'associe personnellement le consommateur et que ce dernier utilise pour communiquer son identité aux autres.

Selon nous, l'emballage générique réduirait donc ce genre de publicité.

2. L'emballage générique neutraliserait l'effet rétrospectif de la publicité. Alors que la Loi réglementant les produits du tabac contrôle la nouvelle publicité sur le tabac, la publicité passée peut avoir une incidence bien présente sur les impressions des consommateurs. La publicité jouit de ce qu'on appelle une «réserve d'influence». Si un fumeur consomme des produits du tabac depuis longtemps, il est fort probable que son subconscient sera imprégné des nombreuses années de publicité.

Peter Holt, l'ancien président-directeur général de RJR-Macdonald, a d'ailleurs déclaré sous serment que les images évoquées par la publicité s'accumulent au cours des années.

C'est un peu comme la chanson «Il y a longtemps que je t'aime. Jamais je ne t'oublierai». Les images passées évoquées par la publicité forment un véritable souvenir que l'emballage complète.

L'emballage générique pourrait rompre le lien entre le produit et les images qu'il évoque.

3. L'emballage générique réduirait l'incidence de la publicité étrangère. La Loi réglementant les produits du tabac n'interdit pas l'insertion de publicité de produits du tabac dans les magazines distribués au Canada ni la retransmission d'événements commandités par l'industrie du tabac, tels que la course automobile Winston. L'emballage générique réduirait l'incidence de ces genres de publicité étant donné que le lien entre la publicité et la marque de commerce serait rompu.

4. L'emballage générique réduirait l'incidence de la publicité en commandite. La publicité en commandite connaît un grand succès chez les producteurs de tabac, qui profitent d'une exception de la Loi réglementant les produits du tabac ainsi que de la façon dont celle-ci peut être interprétée. En conséquence, l'efficacité de l'interdiction de la publicité des produits du tabac est considérablement minée par cette exception.

[Text]

Sponsorship promotions use the names of shell corporations that include a tobacco brand name. These corporate names are then used in promotions that essentially are tobacco advertisements. Promotions for Player Ltd. racing or tennis use a blue similar to the blue found on Player's cigarettes. Promotions for du Maurier jazz or golf use red. Promotions for Matinée use a combination of yellow and other colours similar to those found on the package.

Sponsorship promotions use lettering styles similar to but just slightly different from what appears on the package. Further, logos similar to package logos are also used on sponsorship promotions.

The sponsorships associated with a particular brand are deliberately selected based on the brand's target market. Player's and Export "A", which compete for the young male market, sponsor car racing. Export "A" also sponsors a number of sporting events, including speed boat racing. du Maurier has an upscale target market and sponsors jazz festivals and golf. Matinée, the leading brand targeted at women, sponsors women's tennis.

Plain packaging would not prevent manufacturers from making philanthropic contributions to the community. It would simply stop the use of those contributions as a mechanism to promote tobacco products.

5. It would decrease the impact of shelf displays. Shelving space allocated to tobacco, including counter-top displays, are important promotional vehicles. They are often at eye level, sometimes beside the candy rack. A smoker is given a strong reminder of the opportunity to purchase cigarettes and as a result may make an impulse purchasing decision.

• 1030

A teenage potential smoker is continually exposed to this promotion. The social acceptability of the option to smoke is enhanced. An ex-smoker or a smoker trying to quit is presently faced with a barrage of pro-smoking promotions when he or she enters a tobacco retailer, and that includes pharmacies and grocery stores.

6. It would reduce positive brand imagery. The marketing of cigarettes is the marketing of trademarks. Tobacco companies create, promote and sell images. The actual tobacco may be secondary for a starting smoker. The images may include status, wealth, sex appeal, glamour, sophistication, slimness, manhood, social acceptability, athleticism and health—even health.

Advertising and packaging mould and propagate those images. Packaging is an integral part of the perceived product being purchased. Plain packaging combined with the ban on advertising would remove those images and, consequently, one of the most important contributors to smoking initiation by youth.

[Translation]

La publicité en commandite a recours à des noms de sociétés fantômes qui comprennent le nom d'une marque de tabac connue. Ces noms sont ensuite utilisés à des fins promotionnelles, ce qui constitue ni plus ni moins de la publicité sur le tabac. Ainsi, les promotions des courses automobiles ou des matches de tennis Player Ltd. utilisent un bleu identique à celui des paquets de cigarettes Player's. Les promotions des concerts jazz ou des parties de golf du Maurier sont rouges. Les promotions de Matinée reposent sur une combinaison de jaune et d'autres couleurs que l'on retrouve sur les paquets de cigarettes de cette marque.

La publicité en commandite a recours à des caractères semblables, mais juste un peu différents, aux caractères utilisés sur les paquets. En outre, les logos des événements promotionnels sont conçus pour ressembler à ceux des paquets de cigarettes.

Les activités promotionnelles associées à une marque particulière de cigarettes sont soigneusement choisies selon la clientèle cible de la marque. Par exemple, Player's et Export «A», qui visent la jeune clientèle masculine, commanditent la course automobile. Export «A» commandite aussi de nombreuses activités sportives, y compris la course de bateau. La marque du Maurier vise à séduire une classe sociale supérieure: elle commandite des festivals de jazz et des tournois de golf. Matinée, la plus importante marque qui vise les femmes, commandite les matches de tennis féminin.

L'emballage générique n'empêcherait pas les fabricants de faire des contributions philanthropiques au sein de la communauté. Il ne ferait qu'empêcher que ces contributions soient utilisées pour la promotion des produits du tabac.

5. L'emballage générique réduirait l'attrait des étalages. Les espaces réservés au tabac sur les rayons, y compris en présentoirs, sont d'importants véhicules promotionnels. Ils sont, la plupart du temps, facilement visibles et côtoient parfois les bonbons. On rappelle donc ostensiblement au fumeur la possibilité d'acheter des cigarettes et ce dernier peut être tenté de faire un achat spontané.

Un fumeur potentiel adolescent est aussi constamment exposé à ce genre de promotion. L'acceptation sociale du tabagisme est alors accrue. Un ancien fumeur ou un fumeur qui cherche à cesser de fumer doit actuellement faire face à un véritable bombardement de promotions encourageant le tabagisme lorsqu'il entre chez un détaillant de tabac.

6. L'emballage générique réduit le pouvoir évocateur positif. La mise en marché des cigarettes est en fait la mise en marché de marques de commerce. Les compagnies de tabac créent, promeuvent et vendent des images. Pour le fumeur potentiel, le tabac peut être en fait le deuxième attrait de la cigarette, le premier étant l'image sociale. La supériorité sociale, la richesse, le sex appeal, le prestige, le raffinement, la minceur, la masculinité, l'acceptation sociale, l'athlétisme et la santé—oui, même la santé—sont autant d'images auxquelles les producteurs de tabac font appel.

La publicité et l'emballage des cigarettes forment et propagent ces images. L'emballage constitue une partie intégrante de la perception qui motive l'achat. L'emballage générique combiné à l'interdiction de publicité des produits du tabac briserait le lien entre l'image et le produit et supprimerait ainsi un des plus importants contributeurs à la genèse du tabagisme chez les jeunes.

[Texte]

One R.J.R. Macdonald document described the Export "A" target market as those who look for peer group acceptance in their brand selection and who look for symbols that will help to reinforce their independence and individuality.

7. It would create negative brand imagery. An unattractively coloured package would suggest the product itself is unappealing. Instead of being a badge of honour, the ugly pack would be a source of embarrassment. Smoking would become even more socially unacceptable.

Evidence that the imagery associated with cigarettes can be successfully changed is found in the history of Marlboro cigarettes. Once marketed as a woman's cigarette, the brand was repositioned in 1954 with the image it retains today, and yet we don't see on those packages or on Marlboros now that the Marlboro man died from lung cancer.

8. It would send a strong public education message. Plain packaging in itself would send a strong message that tobacco is an extraordinarily distinct product. Characterized and treated differently from other goods, tobacco would be singled out as an undesirable product. Many teens would think that if cigarettes have to be packaged like that, then they must really be bad for you.

9. It would influence consumer perception of quality and taste. Packaging affects consumer perception of product quality. Even though the product on the inside may be unchanged, the appearance of the package on the outside can affect perceptions.

Recent research into plain packaging has found that teenage smokers who said they were more interested in taste and freshness of the product than in the package also said the plain package looked cheap and expressed concern that the cigarettes inside might also be cheap, stale or substandard in some other way.

10. It would reduce smuggling. Plain packaging would make a significant contribution to reducing smuggling. Any packages that did not appear in the standardized format would be instantly recognizable as illicit at a distance. Law enforcement authorities could quickly identify contraband, whether packages or cartons.

Plain packaging would also help honest consumers to identify contraband and refuse to accept it. Some retailers have sold contraband at full price to unwitting consumers.

Plain packs would also prevent distribution of the refillable Export "A" Smooth and Player's Light Smooth cigarette metal tins that were shown to you earlier today. These products recently appeared on the market.

11. It would improve the effectiveness of warnings. By removing other messages competing for the viewer's attention, plain packaging would improve the effectiveness of health warning messages. Package colours and markings distract the viewer's

[Traduction]

Un document de R.J.R. Macdonald décrivait le marché cible d'Export «A» comme des personnes qui cherchent l'approbation de leurs pairs dans leur sélection de marque et qui cherchent des symboles qui contribueront à établir leur indépendance et leur individualité.

7. L'emballage générique aurait un pouvoir dissuasif. Un paquet de couleur peu attrayante suggérerait que le produit lui-même est peu attrayant. Plutôt que d'être un symbole de fierté, un paquet inesthétique deviendrait une source de honte. Le tabagisme deviendrait encore moins acceptable socialement.

On peut trouver la preuve que l'image associée à la cigarette peut être changée avec succès dans l'histoire de la marque de cigarette Marlboro. Alors qu'elle était auparavant vendue comme une cigarette pour les femmes, cette marque a refondu son image en 1954 pour devenir ce qu'elle est aujourd'hui, et pourtant on ne dit pas sur ces paquets de Marlboro que l'homme de Marlboro est mort d'un cancer du poumon.

8. Il constituerait un puissant message de sensibilisation. L'emballage générique communiquerait le message que le tabac est un produit tout à fait distinct des autres produits. Caractérisé et traité différemment, le tabac serait donc isolé comme un élément indésirable. Beaucoup d'adolescents penseraient que si les cigarettes doivent être emballées de cette façon peu esthétique, c'est qu'elles doivent vraiment être mauvaises pour la santé.

9. Cela influencerait la perception du consommateur quant à la qualité et au goût du produit. L'emballage influence la perception du consommateur quant à la qualité du produit. Ainsi, même si un produit est inchangé, une modification de l'emballage peut modifier la perception qu'on en a.

Une récente recherche sur l'emballage générique a révélé que les fumeurs adolescents qui se disaient plus intéressés par le goût et la fraîcheur du produit qu'à son emballage ont aussi indiqué que les emballages génériques semblaient être de qualité inférieure et ont exprimé des doutes quant à la qualité des cigarettes qu'ils contenaient.

10. L'emballage générique réduirait la contrebande. L'emballage générique pourrait contribuer de façon appréciable à la réduction de la contrebande. Tout paquet qui ne respecterait pas la présentation normalisée serait facilement détectable et serait immédiatement perçu comme illégal. Les autorités chargées de l'application des lois pourraient rapidement identifier les produits de contrebande, qu'ils soient en paquets ou en cartouches.

L'emballage générique aiderait aussi les consommateurs honnêtes à identifier les produits de contrebande et à les refuser. Certains détaillants ont vendu des produits de contrebande à plein prix à l'insu des consommateurs.

L'emballage générique empêcherait aussi la distribution des boîtes de cigarettes en métal réutilisables récemment lancées sur le marché par Export «A» et Player's, que vous avez pu voir plus tôt.

11. Il contribuerait à améliorer l'efficacité des mises en garde. En éliminant les autres messages qui visent à attirer l'attention du lecteur, l'emballage générique améliorera l'efficacité des mises en garde sur les méfaits du tabac sur la santé. La couleur

[Text]

attention from the warnings, and the greater the impact of health warnings, the more likely a smoker will have and be receptive to the information that might prompt a decision to quit or to smoke less.

Warnings have an impact; not only their primary target, the smoker, but also secondary targets, anyone who sees the package. These secondary targets can be very important since they can discourage tobacco use by the smoker. A smoker's friends, children, spouse and co-workers can all exert such influence.

12. It would improve the effectiveness of public education. Eliminating the pro-smoking messages reduces the competition for the messages discouraging smoking. Health promotion is provided with an enhanced environment in which to succeed. It will be easier for the pro-health messages to have a meaningful impact on recipients. No longer will there be rival images about the status, weight loss, sex appeal and social acceptability that smoking can purportedly bring.

13. It would result in fewer products on the market. With plain packaging, the market will not be able to sustain the more than 140 cigarette brand variations now available from three major companies, let alone the various package dimensions in which these variations are available.

14. It would eliminate extraneous writing. The package has been a medium for a variety of promotional activities by manufacturers. They have used packaging to display advertising messages. For example, Player's Light Smooth features the slogan, "Traditional Taste", "Reduced Irritation". We heard about that earlier this morning. Numerous brands, such as Export "A" and Player's feature calendars on the inside slide portion of the package. Calendars provide an incentive for consumers to carry around their package. Whenever a package is convenient, a smoker is more likely to have a cigarette.

15. It would cost government little to implement. In sharp contrast to many programs and initiatives across the range of government activity, plain packaging would cost government little to implement. This would leave the government free to spend available money on other tobacco control measures.

16. It would facilitate further regulatory measures. As the effects of plain packaging reduces tobacco consumption, as well as the number of smokers, the larger non-smoking population and the smaller smoking population would likely generate increased political support for the adoption of other tobacco control measures, such as smoke-free workplaces and public places. We have made inroads in that area, but we still have a long way to go.

[Translation]

et les indications qui figurent sur l'emballage distraient l'attention du lecteur et plus ces mises en garde sont évidentes, plus les fumeurs seront réceptifs à l'information qui pourrait les encourager à cesser de fumer ou à réduire leur consommation de tabac.

Les mises en garde ont une incidence non seulement sur le public principal, les fumeurs, mais aussi sur le public secondaire, à savoir tous ceux qui voient les paquets. Ce public secondaire est très important puisqu'il peut convaincre un fumeur d'abandonner le tabagisme. Les amis d'un fumeur, ses enfants, son conjoint ou ses collègues peuvent tous exercer une certaine influence.

12. L'emballage générique améliorerait l'efficacité de la sensibilisation du public. L'élimination de messages protabagisme réduit les obstacles aux messages visant à décourager le tabagisme. Les messages de promotion de la santé profiteraient, grâce à l'emballage générique, d'un environnement plus efficace. Les messages encourageant des habitudes saines seraient plus aisément perçus par le consommateur. Il n'y aurait plus de conflit entre ces messages et les préférences du tabagisme en ce qui a trait au statut social, à la minceur, au sex appeal et à l'acceptation sociale.

• 1035

13. L'emballage générique se traduirait par une réduction du nombre de produits sur le marché. L'emballage générique ne permettrait pas au marché de continuer à offrir les quelque 140 variations de marques de cigarettes actuellement offertes par les trois importants fabricants, et encore moins les paquets de différentes dimensions dans lesquels ces variations sont offertes.

14. L'emballage générique éliminerait les messages «parasites». Les paquets de cigarettes ont été utilisés pour une variété d'activités promotionnelles par les fabricants. Ainsi, ces derniers utilisent les paquets à des fins publicitaires. Par exemple, les paquets de cigarettes Player's légères affichent le slogan «goût traditionnel», «moins irritant». On en a déjà parlé ce matin. Bon nombre de marques, y compris Export A et Player's, offrent un calendrier sur leur insert. Ces calendriers encouragent les fumeurs à transporter leur paquet avec eux. Plus un paquet est pratique, plus un fumeur sera tenté d'en tirer une cigarette.

15. L'emballage générique coûterait peu au gouvernement. Contrairement à bien d'autres programmes et activités du gouvernement, la mise en œuvre de l'emballage générique coûterait fort peu au Trésor public. Le gouvernement pourrait alors investir les sommes économisées dans le contrôle du tabac.

16. L'emballage générique faciliterait l'adoption de mesures additionnelles de contrôle du tabac. À mesure que l'emballage générique réduirait la consommation de tabac et le nombre de fumeurs, la population croissante de non-fumeurs offrirait fort probablement un appui accru aux mesures de contrôle du tabac, telles que l'établissement de milieux de travail ainsi que d'endroits publics exempts de fumée. Nous avons fait des progrès dans ce domaine, mais il reste encore beaucoup à faire.

[Texte]

17. It would improve the indoor and outdoor environment. The authority to regulate packaging would bring with it the ability to minimize the environmental impact of package waste. There are about two billion cigarette packages thrown out annually. Certain types of paper products that are recyclable or that biodegrade easily could be prescribed. Rules could also be made to control cellophane and foil.

18. It would reduce tobacco consumption and prevalence. We believe the impact of plain packaging would be greater on those who are potential starters than on existing smokers. That's because existing ones are addicted and it's difficult to get rid of that addiction. In one study, a group of Marlboro smokers was offered Marlboro cigarettes in plain packages. The results were dramatic. States researcher Srully Blotnick:

The proof is that when we offered them Marlboros at half price—in generic brown boxes—only 21% were interested, even though we assured them that each package was fresh, had been sealed at the factory, and was identical (except for the different packaging) to what they normally bought at their local tobacconist or cigarette machine.

Forbes magazine had these comments on the results:

How to account for the difference? Simple. Smokers put their cigarettes in and out of their pockets 20 to 25 times a day. The package makes a statement. The consumer is expressing how he wants to be seen by others. In a sense, the brand image often appeals to the socially insecure. Says Blotnick: "They use the cigarettes as part of their wardrobe, the way some use costume jewelry or a watch."

An important 1993 study conducted by the University of Toronto's Centre for Health Promotion and funded by the Canadian Cancer Society provides some significant evidence about the potential impact of plain packaging. Incidentally, that report was released in January 1994.

The following is an excerpt:

Findings to date have led to the following conclusions:

1. Plain packaging makes the package, and therefore the product, less interesting.

Youth who took part in the study said that the package can make or break an image. Use of dull colours removes the flair and appeal, and reduces visibility on the shelf.

Words like *wimpy*, *boring*, *loser* were used to describe the buyer of plain packaged cigarettes.

Words like smart, fun, popular were used to describe the buyer of brandpackaged cigarettes.

2. Packaging has a greater influence on youth who are contemplating smoking as compared to youth who are already smoking regularly.

[Traduction]

17. L'emballage générique améliorerait l'environnement intérieur et extérieur. L'adoption d'une réglementation quant aux paquets de cigarettes pourrait être utilisée pour réduire l'incidence sur l'environnement des déchets d'emballage. Chaque année, les Canadiens jettent au rebut environ deux milliards de paquets de cigarettes. Il serait possible d'exiger que des types particuliers de papier recyclable ou biodégradable soient utilisés. On pourrait aussi adopter des règlements particuliers qui régiraient l'utilisation du papier cellophane et métallique.

18. L'emballage générique réduirait la consommation et la prévalence du tabac. Nous croyons que l'incidence de l'emballage générique se ferait plus sentir chez les fumeurs potentiels que chez les fumeurs endurcis. En effet, ces derniers sont accrochés et il leur est difficile de se débarrasser de cette habitude. Dans le cadre d'une étude, un groupe de fumeurs de cigarettes Marlboro s'est vu offrir des cigarettes Marlboro en emballage générique. Les résultats ont été saisissants. Un des chercheurs, Srully Blotnick, rapportait:

La preuve est que, lorsque nous leur avons offert des Marlboro à moitié prix dans des boîtes brunes génériques, seuls 21% des fumeurs se sont montrés intéressés, bien que nous les ayons tous assurés que chaque paquet était frais, avait été scellé à l'usine et était identique (si ce n'était de son apparence extérieure) au paquet qu'ils achetaient normalement au magasin du coin, ou par distributrice.

À la lumière de l'étude, le magazine *Forbes* commentait:

Comment expliquer la différence? Fort simple. Les fumeurs tirent leurs cigarettes de leur poche de 20 à 25 fois par jour. Le paquet exprime un message. Le consommateur communique la façon dont il veut être perçu par les autres. D'une certaine façon, l'image associée à une marque attire les personnes peu sûres de leur image sociale. Blotnick dit d'ailleurs: «Les fumeurs utilisent leurs cigarettes comme un accessoire de toilette, un peu comme un bijou ou une montre.»

Une importante étude effectuée en 1993 par le Centre de promotion de la santé de l'Université de Toronto et financée par la Société canadienne du cancer offre certaines preuves sur l'incidence potentielle de l'emballage générique. Soit dit en passant, ce rapport a été publié en janvier 1994.

Les observations suivantes en sont extraites:

Les résultats compilés à ce jour nous permettent de faire les conclusions suivantes:

1. L'emballage générique rend le paquet, et donc le produit, moins intéressant.

Les jeunes qui ont participé à l'étude ont indiqué que l'emballage était vraiment ce qui faisait le paquet. L'utilisation de couleurs fades minait l'attrait et l'esthétisme du paquet et réduisait sa visibilité sur les rayons.

Les adjectifs tels que «niais», «ennuyant», «nigaud» étaient utilisés pour décrire les acheteurs de paquets génériques.

Des adjectifs tels que «intelligent», «amusant», «populaire», étaient utilisés pour décrire les acheteurs de cigarettes emballées dans les paquets des producteurs de tabac.

2. L'emballage a une influence plus marquée chez les jeunes qui considèrent fumer que chez les jeunes qui fument déjà régulièrement.

[Text]

3. A substantial proportion of teens thought fewer people their age would smoke if cigarettes were sold only in plain packages. As well, 38% of older teens held that view.

Ladies and gentlemen, there is a great deal of public support for plain packaging. Plain packaging was endorsed by the National Conference on Tobacco or Health held in Ottawa in October 1993. The conference resolution stated:

That all federal, provincial and territorial governments pass legislation requiring the plain packaging of tobacco products.

Eight of Canada's ten provincial governments are on record as publicly supporting plain packaging.

[Translation]

3. Une bonne partie des adolescents interrogés ont affirmé que moins de jeunes de leur âge fumerait si les cigarettes n'étaient vendues qu'en paquets génériques. En outre, 38 p. 100 des adolescents plus âgés exprimaient une telle opinion.

Mesdames et messieurs, le public appuie fortement l'adoption de l'emballage générique. Ce dernier a reçu l'assentiment de la Conférence nationale sur le tabac ou la santé, qui a eu lieu à Ottawa, en octobre 1993. Selon une résolution de la conférence:

Le gouvernement fédéral ainsi que tous les gouvernements provinciaux et territoriaux devraient adopter des lois qui imposeraient l'emballage générique des produits du tabac.

Le compte rendu de la conférence indique que huit des dix gouvernements provinciaux canadiens appuient publiquement l'emballage générique.

• 1040

A 1992 nation-wide poll by Insight Canada Research found that 64% of Canadians, including 63% of smokers, supported "requiring tobacco to be sold in plain packages with only the brand name and health warning on the pack."

Plain packaging was supported in every province. A quarter of a century ago, the House of Commons Standing Committee on Health, Welfare and Social Affairs stated that "it is clearly contrary to the public interest for the use of a harmful product to be actively promoted." Progress in eliminating all forms of advertising since that time has been slow. Since the 1969 health committee made the statement, 800,000 Canadians have died from tobacco industry products. That's the same population as Halifax, London and Victoria all combined.

The Canadian Cancer Society agreed with the health committee in 1969. Today tobacco control remains one of our nation-wide priorities. Given the importance of branded packaging to the promotion of tobacco products and given the enormous risk of cancer from tobacco use, our conclusion is that plain packaging is a necessary and desirable public policy whose time has finally come.

En 1992, un sondage national effectué par *Insight Canada Research* révélait que 64 p. 100 des Canadiens (dont 63 p. 100 étaient fumeurs) appuyaient la notion d'exiger que le tabac ne soit vendu que dans des emballages génériques qui n'afficheraient que le nom de la marque et les mises en garde pour la santé.

Toutes les provinces ont exprimé leur appui pour l'emballage générique. Il y a un quart de siècle, le Comité permanent de la santé, du bien-être et des affaires sociales de la Chambre des communes annonçait qu'"il était clairement contraire au bien-être public de faire la promotion active d'un produit dangereux". Les progrès en matière d'élimination de toutes les formes de publicité du tabac se sont toutefois fait attendre. Depuis que le Comité de la santé a fait cette déclaration en 1969, 800 000 Canadiens sont décédés des conséquences du tabagisme, soit un nombre de personnes équivalant à la population combinée d'Halifax, de London et de Victoria.

La Société canadienne du cancer exprimait en 1969 son appui à l'égard de la position du Comité de la santé. Encore aujourd'hui, le contrôle du tabac demeure une de nos priorités nationales. Étant donné l'importance du rôle que jouent les paquets dans la promotion des produits du tabac et étant donné l'énorme risque de cancer associé au tabagisme, nous concluons sur cette note: l'emballage générique est une politique publique nécessaire et désirable qui a fait son chemin et qu'il est temps de mettre en oeuvre.

Monsieur le président, nous sommes prêts à répondre à vos questions.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci beaucoup, monsieur Semenchuk.

Nous commencerons par l'opposition officielle. Madame Picard, vous avez la parole.

Mrs. Picard: Mr. Semenchuk, could you elaborate for us on the study made in 1993 by the Canadian Cancer Society? How many topics were dealt with and what kind of survey did you make?

M. Semenchuk: Merci. Les résultats de l'étude sont disponibles et font partie de notre rapport. Je vais demander à M. Iverson de vous répondre.

Mr. Chairman, we're prepared to answer questions.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you so much, Mr. Semenchuk.

We'll proceed with the official opposition. Mrs. Picard.

Mme Picard: Monsieur Semenchuk, pouvez-vous élaborer un peu sur l'étude que la Société canadienne du cancer a effectuée en 1993? Combien de sujets aviez-vous, et quel genre de sondage avez-vous fait?

Mr. Semenchuk: Thank you. The report is available and contained as part of our report. I'll ask Dr. Iverson to respond.

[Texte]

Dr. Don Iverson (Director, Centre of Behavioural Research and Program Evaluation, National Cancer Institute of Canada, Canadian Cancer Society): The study was carried out using three different strategies. They started out by identifying 47 experts around the world who had worked in the field of tobacco research and/or advertising. They interviewed 27 of those people.

They then conducted a literature search to find out whatever we knew about packaging in plain wraps, which, as you can imagine, was minimal. Then they ran a series of 20 different focus groups with young people from the ages of 12 to 17. Some of those groups involved girls and some boys. Some of them involved smokers and some kids who were non-smokers but had indicated they were thinking about smoking.

In the focus group interviews, there was a structured part in which they asked them a series of very set questions. Then there was an open discussion about these issues. Some of the set parts would involve, for example, showing the young people slides of two different types of packages and having them rate them on what were termed bipolar adjectives of good/bad, pretty/ugly, and what each one meant. It's called focus group research. It's a standard type of qualitative research. To the best of my knowledge, it's really one of the first studies that have really gone into this issue in such depth.

I think it's a very good start. I don't think it's the end of the studies you'd want to do, but it's a very, very good start. It's a well conducted study.

I don't know if that helps you.

Mr. Semenchuk: We certainly think it provides an excellent base from which to make a decision.

Dr. Iverson: Right. Absolutely.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Are you finished with your question, Mrs. Picard?

Mme Picard: Oui.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Ms Bridgman, do you have a question this time?

Ms Bridgman: Yes. I'd like to address my question to Ms Deschênes. This is in relation to the point she was raising about the standardization of packaging and the fact that the present example lists three toxic substances.

My understanding is that a study has come out today in America that lists 600 substances. Not necessarily all are toxic. Considering the size of the package, do you have any suggestions about whether we are going to stick with these three? Is it possible that other toxic substances may be added to this as well? Will we get into variables along this line with our standardized packaging?

Mme Deschênes: I will let Mr. Cunningham answer for me.

[Traduction]

M. Don Iverson (directeur, Centre de recherche sur le comportement et l'évaluation des programmes, Institut national du cancer du Canada, Société canadienne du cancer): L'étude a été faite selon une méthodologie à trois volets. Au départ, on a identifié 47 spécialistes dans le monde entier qui avaient déjà travaillé dans le domaine de la recherche et de la publicité sur le tabac. Vingt-sept d'entre eux ont été interviewés.

Puis les enquêteurs ont examiné la documentation disponible pour délimiter l'étendue des connaissances sur les emballages génériques; comme vous vous en doutez, l'information disponible était minime. Ils ont ensuite interrogé une série de 20 groupes cibles différents composés de jeunes âgés de 12 à 17 ans. Certains de ces groupes étaient mixtes. Certains d'entre eux comprenaient des fumeurs et de jeunes enfants non-fumeurs mais qui avaient manifesté le désir de fumer.

Les entrevues des membres des groupes cibles se sont déroulées en deux parties: tout d'abord, une série de questions fixées d'avance, et suivies d'une discussion libre sur ces questions. Dans le cadre de la première partie, on a notamment montré aux jeunes des diapositives présentant deux sortes d'emballages différents en leur demandant de leur donner une cote en fonction de ce que l'on appelait des objectifs bipolaires: bon/mauvais, beaufaid, en précisant ce que chacun des termes signifiait. C'est ce que l'on appelle la recherche auprès d'un groupe cible. C'est une recherche qualitative normalisée. À ma connaissance, il s'agit en fait de l'une des premières études aussi approfondies à avoir porté sur cette question.

C'est à mon avis un excellent début. Je ne pense pas qu'il faille s'en tenir là, mais c'est un bon point de départ. Cette étude a été très bien menée.

Je ne sais pas si ma réponse vous aura été utile.

M. Semenchuk: À notre avis, elle fournit une excellente base à toute décision future.

Dr. Iverson: C'est exact. Vous avez raison.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Avez-vous terminé vos questions, madame Picard?

Mrs. Picard: Yes.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Madame Bridgman, avez-vous une question à poser maintenant?

Ms Bridgman: Oui. Ma question s'adresse à Mme Deschênes. Elle découle de la remarque qu'elle a faite au sujet de la normalisation des emballages et du fait que l'exemple actuel énumère trois substances toxiques.

Je crois savoir qu'une étude vient d'être publiée en Amérique et a abouti sur une liste de 600 substances; pas toutes nécessairement toxiques. Compte tenu de la taille du paquet, pensez-vous que nous allons nous en tenir à ces trois substances? Est-il possible d'y ajouter d'autres? Y aura-t-il des variantes possibles avec l'emballage normalisé?

Mme Deschênes: Je vais demander à M. Cunningham de répondre à ma place.

[Text]

Mr. Rob Cunningham (Consultant, Canadian Cancer Society): I'm aware of what you referred to with respect to the United States. Tobacco smoke has more than 4,000 constituents. Dozens are either carcinogenic or toxic. Three are listed on the package. The Cancer Society has in the past called for a longer list. We continue to support a longer list.

[Translation]

M. Rob Cunningham (conseiller, Société canadienne du cancer): Je suis au courant de l'étude américaine dont vous parlez. La fumée du tabac comporte plus de 4 000 composants. Des douzaines d'entre eux sont soit cancérogènes, soit toxiques. Trois d'entre eux sont énumérés sur l'emballage. La Société du cancer a déjà demandé par le passé que la liste soit plus longue. Nous continuons de préconiser une liste plus détaillée.

• 1045

How long should it be? Clearly the information has to be available to the public. A list could be available, a complete detailed list, at the point of purchase. You could have package inserts. You could have more information contained on the carton wrapper. There are a variety of ways by which information could be provided.

Ms Bridgman: I think what I'm trying to get to here is that the thrust of the plain packaging is to attempt to remove the differences between different types of brands and to deter the attractiveness. But I'm suggesting that possibly, with the types of data we wish to include on the plain packaging, we could get into making the packaging different just by what we include on it. I think that's the thrust of what I'm saying there.

Dr. Iverson: That's one approach. The package, no matter how large, couldn't contain 4,000 elements. You get into a trade-off here. The trade-off is that research done in Australia by Dr. David Hill and his group at the Anti-Cancer Council indicates that young people have a higher believability in the message when it's in bold and it's framed out.

Young people tend to believe and notice simple messages such as "cigarettes are addicting" or "cigarettes kill". If you have the whole package, even if there is a long list of chemicals, it's a trade-off. I would go for a shorter list of the most toxic and/or carcinogenic substances combined with a very strong, bold message. I think the bolder and the simpler, the better.

I think it's important to understand that from my perspective we're talking about two different populations of interest. The population that's of most concern to me is young people. I'm not concerned as much about people my age, because I think most of us around this room can make legitimate decisions ourselves. Some of us make bad ones and some of us make good ones.

I can look at information around me and I can discern, but kids who are 3, 4, 5, 6 and 10 years of age can't. For those kids, the simpler the message, the simpler the package, the less appealing it's going to be. Although the plain packaging will assist all of us, I think the big target we're trying to protect is our children.

Mr. Semenchuk: On the mock-up you'll notice that those constituents are put on the side so as not to detract from the main warning on the front and back covers of the package itself. Of course, that limits the space you're going to put on there, but you would certainly put on the most toxic substances.

Ms Bridgman: Generally speaking, then, the only difference in a package would be the brand name.

Quelle longueur devrait-elle faire, cette liste? Il est clair que les renseignements doivent être mis à la disposition du public. Une liste, une liste complète et détaillée, pourrait être disponible au point de vente; il pourrait également y avoir des encarts dans les paquets. L'emballage de carton pourrait fournir davantage de renseignements. Il y a quantité de moyens grâce auxquels des renseignements pourraient être transmis au public.

Mme Bridgman: Ce que j'essaie d'expliquer, c'est que la banalisation des produits du tabac a pour objet d'éliminer les différences entre les marques et tous les éléments attrayants. Ce que je dis, c'est qu'étant donné les types de renseignements que nous voulons faire figurer sur les emballages neutres, nous pourrions changer les emballages, ne serait-ce qu'avec ce que nous y inclurons. Voilà ce que j'essaie d'expliquer ici.

M. Iverson: C'est là une approche, en effet. Le paquet, quelle que soit sa grandeur, ne pourrait pas comporter 4 000 éléments. Il y a un compromis à faire..Le compromis est que la recherche effectuée en Australie par le dr David Hill et son groupe au *Anti-Cancer Council* a fait ressortir que les jeunes ont plus tendance à croire un message lorsque celui-ci apparaît en caractères gras et qu'il est encadré.

Les jeunes ont tendance à remarquer et à croire des messages très simples du genre «Fumer engendre la dépendance» ou «Le tabagisme tue». Si vous avez tout le paquet, même s'il y a une longue liste de produits chimiques, c'est un compromis. En ce qui me concerne, j'opterais pour une liste plus courte des substances les plus toxiques ou les plus cancérogènes, accompagnée, d'un message très direct et très fort. À mon sens, plus c'est fort et plus c'est simple, mieux c'est.

Je pense qu'il est important, à mon sens, de comprendre qu'il y a deux groupes cibles très distincts. Celui qui me préoccupe le plus, c'est celui des jeunes. Je suis moins inquiet pour les gens de mon âge, car je pense que la plupart des personnes réunies autour de cette table sont tout à fait en mesure de prendre des décisions réfléchies. Certains prendront de mauvaises décisions, d'autres de bonnes.

Je peux examiner les renseignements dont je dispose et je peux faire un tri, mais les enfants de trois, quatre, cinq, six et dix ans ne le peuvent pas. Pour eux, plus le message est simple, plus l'emballage est simple, moins le produit les intéressera. Même si des emballages neutres nous aideront tous, je pense que le plus important est d'essayer de protéger nos enfants.

M. Semenchuk: Vous remarquerez sur la maquette que les éléments constitutifs ont été mis sur le côté pour ne pas détourner l'attention de l'avertissement qui figure sur l'avant et l'arrière du paquet lui-même. Cela limite bien sûr l'espace disponible, mais les substances les plus toxiques sont énumérées.

Mme Bridgman: De façon générale, donc, la seule différence sur le paquet serait le nom de la marque, n'est-ce pas?

[Texte]

[Traduction]

Mr. Semenchuk: That's right. That's exactly it.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Are there any more questions at this time?

Mrs. Ur, do you have any questions?

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): Perhaps I could pose a few short questions.

As stated by the previous witnesses, we are dealing with a legal industry. I don't want to play the devil's advocate here, but chastising them for having their cigarette displays next to the chocolate bars or whatever is free enterprise. We can't legislate common sense, unfortunately. I think it basically boils down to something like that.

According to your statement, because of the tax roll-back 800,000 new people will be starting or restarting smoking. I find those numbers hard, but I certainly have not done a study on it. I certainly can accept your figures.

I feel packaging may not have as much effect as cost. People tend to think twice before they go to their pocketbook rather than the health of their own body. I think we have to address the fact in a different form. I'm not now convinced that packaging is going to make a difference.

I don't have a problem with this colour. I'm a non-smoker. I have two children who are non-smokers. They grew up where their father smoked, but they made the choice not to smoke. I'm in an area where tobacco is produced.

I have to really be convinced down the road how plain packaging will really make a difference. At this time I'm not convinced. I think legislating against the kiddie pack, having the display areas perhaps a little bit higher, age identification for sale purposes and stronger enforcement for retailers, fines, might be as effective, if not more, than plain packaging, and I will address that.

• 1050

Dr. Iverson: Let me address this by doing two things. First of all, I think all of us here would agree that the two strongest measures that we could have would be an increase in taxation, which is not likely to occur, and very strong enforcement at the local level, including the elimination of the vending machines. The vending machines seem not to be affected by the enforcement. Those are the two most powerful strategies, I think. Let me try to paint for you a picture of how the packaging fits.

Paul Fischer has published in the *Journal of the American Medical Association* some work he did a few years ago. He took children who were ages three to six and gave them a series of symbols, images, and asked them to recognize them. For example, my four-year-old daughter can recognize the McDonald's arches. I think she could recognize it at birth, and 81% of kids at age three can recognize the McDonald's arches as food. In that particular study, 51% of the children were able to recognize the Old Joe from Camel cigarettes. The rate of recognition increased. They're already getting brand recognition the same as they get with McDonald's. So there is a brand recognition that starts very early in life.

M. Semenchuk: C'est exact. C'est tout à fait cela.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Quelqu'un d'autre aurait-il des questions à poser?

Madame Ur, auriez-vous des questions?

Mme Ur (Lambton—Middlesex): J'aurais quelques toutes petites questions à poser.

Comme l'ont dit les témoins précédents, il s'agit d'une industrie licite. Je ne veux pas me faire l'avocat du diable, mais placer leur carton publicitaire pour leurs cigarettes à côté des tablettes de chocolat, c'est de la libre entreprise, et le leur reprocher... On ne peut malheureusement pas imposer le bon sens en légiférant. C'est cela le problème, au fond.

Selon ce que vous avez dit, avec la réduction des taxes, il y aura 800 000 personnes qui commenceront ou qui recommenceront à fumer. Je trouve ce chiffre assez fort, mais je n'ai pas fait d'étude, là-dessus, et je suis tout à fait prête à accepter les chiffres que vous nous avez donnés.

J'ai le sentiment que l'emballage influencera moins les gens que le coût. Lorsqu'il s'agit de payer, les gens ont tendance à y réfléchir à deux fois, mais ce n'est pas du tout le cas lorsqu'il s'agit de leur propre santé. C'est pourquoi je pense qu'il faudrait aborder la chose différemment. Je ne suis pas encore convaincu que la banalisation de l'emballage va changer grand chose.

Je n'ai aucun problème en ce qui concerne cette couleur. Je ne fume pas et j'ai deux enfants qui ne fument pas. Leur père fumait, mais ils ont choisi de ne pas fumer. J'habite une région productrice de tabac.

Il me faudrait être vraiment convaincu que les emballages neutres changeront les choses. Je n'en suis pas encore là. Je pense que l'interdiction des mini-paquets, l'installation des étals à une plus grande hauteur, l'obligation de produire une preuve d'âge, et des contrôles plus stricts auprès des détaillants, avec imposition d'amendes aux contrevenants, voilà qui serait aussi efficace, sinon plus, que les emballages neutres, et j'y reviendrai.

M. Iverson: Je considère qu'il y a deux éléments. Premièrement, je pense que tout le monde ici convient que les mesures les plus efficaces seraient une majoration des taxes, ce qui est peu probable, et un contrôle très strict au niveau local, avec suppression des distributeurs automatiques. Les distributeurs automatiques semblent échapper à tout contrôle. Il me semble que ce sont là les deux stratégies les plus efficaces. Je vais essayer de vous indiquer où s'insèrent dans ce tableau les emballages.

Paul Fischer a publié dans le *Journal of the American Medical Association* les résultats des travaux qu'il a effectués il y a quelques années. Il a montré à des enfants de trois à six ans une série de symboles, d'images, et il leur a demandé s'ils les reconnaissaient. Par exemple, ma fille de quatre ans reconnaît les arches de McDonald. Je pense qu'elle les connaissait déjà à la naissance et 81 p. 100 des enfants âgés de trois ans assimilent les arches de McDonald à la nourriture. Dans cette étude, 51 p. 100 des enfants étaient capables de distinguer les marques de cigarettes Old Joe et Camel. Le taux de reconnaissance a augmenté. Il y a déjà une reconnaissance des marques de cigarettes, à cet âge, comme dans le cas de McDonald. Il y a donc une reconnaissance de marque qui commence très tôt dans la vie.

[Text]

Secondly, with brand recognition, as you go to research that is done on older people, John Pierce's work, mainly out of San Diego, shows that with brand recognition goes an image. Marlboro has healthy, physical, masculine—the kind of images that a lot of young males who are 11, 12, 13 might want to emulate. There's clearly in the literature a support for brands equal images. If you go further, some research from Andy Johnson's group at the University of Southern California points out that the young people who are most likely to be affected by the brand recognition or the brand image are young people who have low self-esteem and who are in situations where other people smoke. Again, adolescence is a time period where many people suffer through low self-esteem. They are more vulnerable. It doesn't mean that everyone will smoke, but again, you're increasing the likelihood.

Then you get into the issue of how plain packaging can break that cycle, as has been mentioned earlier. The packaging doesn't have the brand logo on it, so you break that brand recognition right away. It's considered to be dull, ugly, even old fashioned, which is probably the worst thing it could be, I guess, if you're an 11, 12 or 13-year-old individual. The effect of the plain packaging is higher in all the studies for non-smokers than smokers, so the greatest effect is on people who haven't started smoking yet, although it still affects the mild smokers.

The study that was conducted in Toronto recently, again, I think is a very good study. That study points out that individuals indicate that they're anywhere from 30% all the way up to 70% less likely to buy cigarettes, and their friends will, because of the plain packaging. So it's a stream of evidence that you put together that tells the picture.

I think the mistake that people make is to assume that you can come up with the definitive study. It can't be done. A lot of the time you have to look at the stream of evidence, much the same as you have to do in clinical medicine. In clinical medicine there are very few things that are absolutes. Rather, there's a stream of evidence that argues for it, and that's what I think we are arguing for here.

Mr. Semenchuk: If I can just add a couple of comments. You're absolutely right that cost is the first factor that affects teenagers. That's demonstrated in the study that was done for the Cancer Society. Teenagers have indicated that cost is what impacts the most. But they also say, and that study proves this, that plain packaging impacts them next.

Finally, if the manufacturers thought that packaging wasn't important, they would not be here. They would not be here at every sitting of this committee and they would not be participating in opposing this idea with the concern and the amount of money they have put into it.

Let me just add one more comment about plain packaging. Mr. de Savoye, I always look for the maple syrup that has Quebec on it because I always thought it was better, and I still do, but you must realize that Saskatchewan is now getting into maple syrup.

[Translation]

Deuxièmement, si l'on examine les recherches faites sur les personnes plus âgées, comme dans les travaux de John Pierce, effectuées surtout à San Diego, on constate que la reconnaissance de la marque s'accompagne d'une image mentale. Marlboro projette l'image de la santé, de la virilité—exactement le genre d'images que voudraient avoir les jeunes garçons de 11, 12, 13 ans. Il est à peu près établi que la marque se double d'une image mentale. Si l'on va un peu plus loin, certaines recherches du groupe d'Andy Johnson, à la *University of Southern California* montre que les jeunes les plus susceptibles d'être touchés par la reconnaissance de la marque ou par l'image commerciale sont des jeunes qui ont une faible estime de soi ou qui sont entourés de fumeurs. Encore une fois, l'adolescence est une période de la vie où beaucoup de jeunes souffrent d'un manque d'estime de soi. Ils sont plus vulnérables. Cela ne signifie pas que chacun va se mettre à fumer, mais encore une fois on augmente la probabilité.

Il y a ensuite la question de savoir comment les emballages neutres peuvent rompre ce cycle, comme on l'a mentionné. Un tel emballage ne porte pas de logo, si bien que l'on casse immédiatement cette reconnaissance de la marque. Ce qui est La neutre paraît ennuyeux, laid, même démodé, c'est-à-dire tout ce qu'il y a de pire, j'imagine, pour un jeune de 11, 12 our 13 ans. L'effet des emballages neutres est plus marqué, dans toutes les études, sur les non-fumeurs que sur les fumeurs, si bien que cet effet p[re] [romco;a;e,emt sir ceux qui n'ont pas encore commencé à fumer, même si l'on touche aussi dans une certaine mesure les fumeurs légers.

Encore une fois, je crois que l'étude qui a été menée récemment à Toronto est excellente. Il s'agit d'un sondage qui montre que les jeunes seront de 30 à 70 p. 100 moins susceptibles d'acheter des cigarettes, de même que leurs amis, si l'emballage est neutre. Il y a donc toute une chaîne d'indices qui vont dans le même sens.

Je pense que l'erreur trop souvent commise est de s'imaginer que l'on puisse jamais en arriver à des conclusions définitives. C'est impossible. Très souvent il faut prendre en compte un ensemble d'éléments convergents, un peu comme on le fait en médecine clinique. Il y a très peu de certitude absolue en médecine clinique. Il y a plutôt un ensemble d'indices plus ou moins probants, et c'est la même chose ici.

M. Semenchuk: Si vous me permettez d'ajouter quelques remarques. Vous avez tout à fait raison de dire que le prix est le facteur qui touche le plus les adolescents. Cela a été démontré dans une étude menée pour la Société du cancer. Les adolescents ont répondu que le coût était le facteur prépondérant. Mais ils disent aussi, et cette étude le démontre, que le deuxième facteur en importance est l'emballage neutre.

Enfin, si les fabricants pensaient que les emballages ne sont pas importants, ils ne seraient pas ici. Ils ne seraient pas ici à chaque séance de votre Comité et ils ne viendraient pas exprimer leur opposition en mettant de l'avant les sommes qu'ils y ont investies.

Permettez-moi juste de dire encore une chose sur les emballages neutres. Monsieur de Savoye, je recherche toujours le sirop d'érable qui porte la mention Québec, car j'ai toujours considéré qu'il était meilleur, et je le pense encore, mais il faut savoir que la Saskatchewan se met maintenant aussi à faire du sirop d'érable.

[Texte]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Mr. Szabo, do you have a question at this time? I see your hand.

Mr. Szabo: Just a brief one. I'm convinced that plain packaging is going to have a benefit to getting to where we want to go. But this really gets down to asking where you really want to go with this in the longer term? We're talking about another part measure. What's the real thing?

• 1055

I think it's fair to say that if cigarettes didn't exist today and were developed or invented, in Canada and probably in most western civilizations they probably wouldn't be legalized. That's what it really gets down to. They're here now; they're in the system. Are we trying to perhaps do what we would do if we were to have to address the situation today? Is that what you really ultimately want to do?

Mr. Semenchuk: I'll start first because I'm sure everybody would like to answer that question, in a way.

Not first and not directly, but I would like—and the Cancer Society would like—to see a tobacco-free society, but one that's achieved through a combination of measures that influence and educate the public, particularly young people, about the dangers of smoking.

If we can do that and if we can change—and you don't change things overnight, because you can pass a law, but unless you change people's behaviour, their understanding, and their concept of what the product does, you're not going to get a change. That's taken some time. We've made some fantastic strides, and Canada has been a leader in that regard and is looked upon by all the other countries as a leader in tobacco control regulation. It's important that we continue that record and eventually the result will, we hope and expect, be a tobacco-free society.

Mr. Ken Kyle (Director of Public Issues, Canadian Cancer Society): What's really required is the comprehensive plan. In New Zealand they call this the multi-pronged attack. There's not just one magic bullet; you've got to get the prices up through higher taxes, have a new regulatory framework for the product, have public education and health promotion programs, and make sure that there are people at the local level pushing for elimination of environmental tobacco smoke in workplaces and public places. We have programs in effect to help tobacco farmers get into alternate livelihoods and these sorts of things. You need a whole range of things. All these factors working synergistically and working together will get us towards a smoke-free generation. But the Canadian Cancer Society is not in favour of banning the product. That would benefit the bootleggers and so forth and would not solve the problem.

Dr. Iverson: I'd agree. I don't think you can ban the product, because the social disruption wouldn't warrant it, in my opinion. But we have to remember that it's the biggest single cause of premature mortality and morbidity, in the world

[Traduction]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Monsieur Szabo, avez-vous une question à poser? Je vois que vous levez la main.

M. Szabo: Très brève. Je suis convaincu que les emballages neutres seront un pas en avant. Mais n'y a-t-il pas lieu de nous demander ce quel sont vraiment nos objectifs à long terme? Nous parlons encore une fois de mesures partielles. Où voulons-nous en venir en réalité?

À vrai dire, si les cigarettes n'existaient pas déjà, si elles venaient d'être inventées, elles ne seraient probablement pas légalisées ni au Canada ni dans la plupart des pays occidentaux. C'est là le dilemme. Qu'on le veuille ou non, elles existent maintenant. Ne sommes-nous pas en train de réagir comme si elles venaient d'être inventées? En fin de compte, n'est-ce pas cela qu'on tente de faire?

M. Semenchuk: Je vais commencer en premier, parce que je suis sûr que tout le monde aimerait bien répondre à cette question, d'une certaine manière.

Je n'y répondrai toutefois pas directement, mais j'aimerais bien, tout comme la Société canadienne du cancer, voir disparaître le tabagisme dans la société, non pas comme par enchantement, mais grâce à une combinaison de mesures ayant pour but d'influencer et de sensibiliser le public, en particulier les jeunes, au sujet des dangers du tabagisme.

Si nous réussissons à changer le comportement des gens, mais cela ne se fera pas tout seul, simplement en adoptant une loi... Si l'on ne parvient pas à modifier le comportement des gens, leur mentalité et leurs impressions concernant les effets du produit, nous en resterons au même point. Une telle évolution prendra du temps. Nous avons fait des progrès fantastiques, et le Canada est un chef de file et un modèle pour tous les autres pays en ce qui concerne les mesures anti-tabagisme. Il est important que nous continuions dans cette voie et, si nous le faisons, nous évoluerons forcément vers une société sans tabagisme, du moins nous l'espérons.

M. Ken Kyle (directeur des questions d'intérêt public, Société canadienne du cancer): En réalité, ce qu'il faut, c'est un plan global. En Nouvelle-Zélande, on parle d'attaque sur plusieurs fronts à la fois. Il n'existe pas de formule magique; il faut relever les prix en haussant les taxes, adopter une nouvelle réglementation pour le produit, faire des campagnes de sensibilisation, mettre en oeuvre des programmes de promotion de la santé et s'assurer qu'il y a des gens sur place qui se portent à la défense de l'assainissement de l'air et l'élimination de la fumée de tabac dans les milieux de travail et les endroits publics. Il existe des programmes pour aider les producteurs de tabac à se recycler. Il faut une foule de mesures. C'est la combinaison de tous ces facteurs agissant en synergie qui nous permettra de nous acheminer vers une génération de non-fumeurs. Mais la Société canadienne du cancer ne préconise pas l'interdiction totale du produit. Cela favoriserait la contrebande et ne contribuerait pas à régler le problème.

M. Iverson: Je suis bien d'accord. Je ne pense pas qu'on puisse interdire le produit, car cela créerait un trop grand chambardement, à mon avis. Mais n'oubliez pas que le tabagisme est la principale cause de mortalité et de morbidité

[Text]

actually. In Canada smoking accounts for approximately 30% of all cancers and, unfortunately, virtually all the smoking-related cancers are really not effectively treated. Lung cancer today still has a five-year relative survival rate of approximately 9% to 12%. If we're talking about the aerodigestive cancers, again, our success record is just poor.

It's also related to one of the questions that was asked earlier—I don't know by whom—about what the effect is on longevity. In the Canadian data, published in 1993 in the *Canadian Journal of Public Health*, a 35-year-old man who's a current smoker can expect to live 5.8 years less. Now, that may not mean a lot when you're 36 years old, but I'll argue that it means a whole heck of a lot when you're 73.

For the female it's approximately a 3.7-year difference, and the reason is females are just learning how to smoke as effectively as males, but it will rise, as all the statistics...

So we're talking about something that not only takes away lives prematurely, but has a tremendous effect on the health care system in terms of the cost burden to society. But we want to change the situation through education and regulation, not through an outright ban. I think that would not be appropriate.

Ms Fry: This is actually more of a Machiavellian kind of idea than a question. If one were to institute plain packaging, what do you think would be the chances of the tobacco industry dropping the price of tobacco to increase the use because it's not going to spend all the money on the glitzy and fancy package? In other words, what is the chance of the industry getting at the first deterrent, which is price, and dropping the price itself?

Mr. Cunningham: I can respond to that question. There's a very simple answer. If the industry does that it'll lose profit, and all the government has to do is increase the tobacco tax rate so that the retail price is at the same level. Government can use those funds for a variety of useful purposes.

• 1100

Ms Fry: We know what happened when the tobacco taxes rose to a point that made it almost a prohibition measure.

Mr. Cunningham: But this would be a way to maintain the retail price at the same amount. If the industry dropped its prices to attempt to encourage more consumption, we would just increase the tax by that amount. The retail price to the consumer and the teenagers would be unchanged.

Ms Fry: But do you think there is a chance the tobacco industry would counter with that move?

Mr. Cunningham: In 1986 the tobacco industry did have a price war with some incentives. In other countries such as the United States, there are some price incentives in the industry at the present time.

[Translation]

précoce dans le monde. Au Canada, il est responsable d'environ 30 p. 100 de tous les cancers et, malheureusement, presque tous les cancers liés au tabagisme ne sont pas vraiment traités efficacement. À l'heure actuelle, seulement 9 à 12 p. 100 des victimes de cancers du poumon ont un taux de survie relatif de cinq ans. Dans le cas des cancers des voies respiratoires et digestives, là encore, notre taux de réussite n'est pas plus reluisant.

Le tabagisme a aussi un effet sur la longévité, comme on l'a déjà mentionné en réponse à une question posée par je ne sais plus trop qui. D'après certaines données publiées en 1993 dans la *Revue canadienne de santé publique*, l'espérance de vie d'un fumeur de 35 ans est de 5,8 années inférieure à celle de la population générale. Cela ne veut peut-être pas dire grand chose pour quelqu'un de 36 ans, mais je vous assure que cela prend un tout autre sens pour celui qui a 73 ans.

Dans le cas des femmes, la différence est d'environ 3,7 années, et la raison en est que les femmes viennent tout juste d'entamer l'apprentissage du tabac au même rythme que les hommes, mais l'écart se produira, comme toutes les statistiques...

Nous parlons donc d'un vice qui non seulement fauche des vies prématurément, mais qui a un effet considérable sur ce qu'il coûte à la société pour maintenir son système de soins de santé. Mais nous aimerais changer les comportements par des campagnes de sensibilisation et par une réglementation appropriée, et non en interdisant carrément la cigarette. Je ne crois pas que ce serait là le moyen le plus approprié.

Mme Fry: La question que je vais vous poser cherche davantage à vérifier une hypothèse machiavélique qu'elle n'est une interrogation. Si l'on obligeait les fabricants à utiliser des emballages banalisés, dans quelle mesure ceux-ci abaisseraient-ils le prix des cigarettes, à votre avis, pour augmenter leurs ventes puisqu'ils ne seraient plus obligés de dépenser autant sur des emballages attrayants et originaux? Autrement dit, ne risquerait-on pas de voir l'industrie s'attaquer au principal moyen dissuasif qui est le prix et qu'elle en profite pour le diminuer?

Mr. Cunningham: Je vais répondre à cette question. La réponse est bien simple. Si l'industrie fait cela, les profits diminueront, et tout ce que le gouvernement aura à faire, ce sera d'augmenter le taux des taxes sur les produits du tabac pour que le prix de détail demeure au même niveau. Le gouvernement pourrait utiliser ces rentrées à bien d'autres fins utiles.

• 1100

Mme Fry: Nous savons ce qui est arrivé quand les taxes sur le tabac ont augmenté à un point tel qu'on se serait presque cru au temps de la prohibition.

Mr. Cunningham: Mais ce serait un moyen de maintenir le prix de détail tel quel. Si les fabricants abaissent leurs prix pour encourager la consommation, nous n'aurions qu'à augmenter la taxe en conséquence. En ce qui concerne le consommateur et les adolescents, le prix de détail demeurerait le même.

Mme Fry: Mais croyez-vous que les fabricants auraient tendance à contre-attaquer de cette manière?

Mr. Cunningham: En 1986, les fabricants de tabac se livraient une guerre des prix avec des stimulants. Dans d'autres pays, aux États-Unis, par exemple, certains fabricants offrent leurs cigarettes à rabais à l'heure actuelle.

[Texte]

Mr. Semenchuk: They have already done that in the U.S., so there is certainly a willingness to drop it. Because it's a free market system your price can fluctuate. But I think that argues even more for the comprehensive approach, which would include the enforcement of vending machines and continuous education in the schools.

We have learned something about what I call the one-time shot education programs. The study in Waterloo, Ontario of the effect of an education program showed a two-and-a-half-fold difference between kids exposed to the education program and kids not exposed. So it really reduces the uptake. But then the program is stopped and by the 12th grade the kids are the same, so you have to have a continuous program. There must be a multi-pronged approach. Even if the price goes down, other factors in society will impinge upon the behaviour.

Mr. Scott: You have sold me on practically everything, but as a New Brunswicker I won't accept the maple syrup stuff.

Mr. Semenchuk: I will try your brand next.

Mr. Scott: Your commitment to visual identification is apparent by your daffodils. I am just curious to know whether something is offensive. On the marquee on the theatre in Fredericton it says, "du Maurier Presents". There is no brand name, no colour and no zip. It just says "du Maurier Presents". Is that acceptable or not?

Mr. Cunningham: The tobacco industry spends lavishly on sponsorships. According to their own figures, \$17.5 million was spent by 1987 while more than \$40 million was spent in 1993. They wouldn't spend all this money as an industry if it had no effect. There is an association by the target market with the desired image of a brand. du Maurier is an upscale example with theatres. If it is only going to affect market share, they would love to have a law that says, okay, they can save \$40 million. Nothing prevents the industry from giving philanthropic contributions. We are not opposed to that. They can do this, but we don't want them associating those contributions with a deadly product.

Mr. Scott: So your answer is no?

Mr. Cunningham: That would not be acceptable.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): You have identified 18 reasons for plain packaging. The 18th reason happens to be the desired goal, which is to reduce tobacco consumption. I would like clarification that some or all of the 17 reasons for plain packaging are what you are submitting as the evidence for its effectiveness as a tool to reduce tobacco consumption.

[Traduction]

M. Semenchuk: Puisqu'ils le font déjà aux États-Unis, ils voudraient certainement abaisser les prix ici aussi. Comme nous sommes dans un système de libre marché, les prix peuvent fluctuer. Mais je crois que cette hypothèse ne fait que nous convaincre davantage de l'efficacité d'une approche globale, qui comprendrait des mesures pour interdire la vente des cigarettes dans les distributrices et des programmes de sensibilisation permanente dans les écoles.

Nous connaissons la valeur des programmes de sensibilisation ponctuels. Une étude effectuée à Waterloo, en Ontario, sur l'effet d'un programme de sensibilisation a révélé qu'il y avait deux fois et demie moins de fumeurs chez les enfants qui avaient été exposés au programme de sensibilisation que chez les autres enfants. Ces programmes entraînent donc réellement une diminution de la consommation. Cependant, l'écart disparaît après que les jeunes ont terminé leur douzième année puisqu'ils ne sont plus exposés aux messages. Les campagnes de sensibilisation doivent donc être continus. Il faut aussi que l'attaque se poursuive sur plusieurs fronts à la fois. Même si le prix diminue, d'autres facteurs sociaux auront une incidence sur le comportement.

M. Scott: Vous m'avez convaincu sur presque tous les points. Mais en tant que Néo-Brunswickois, je n'accepte pas vos élucubrations quant au sirop d'érable.

M. Semenchuk: La prochaine fois, je vais essayer votre marque.

M. Scott: Vous semblez vraiment convaincu de l'importance de l'identification visuelle, à preuve la jonquille que vous portez. J'étais simplement curieux de savoir si certaines formes d'identification étaient à proscrire. Sur la marquise du théâtre à Fredericton, on peut lire: «du Maurier présente». Il n'y a ni marque de commerce, ni couleur, ni message. On dit tout simplement: «du Maurier présente». Cette formule est-elle acceptable ou non?

M. Cunningham: Les fabricants de tabac dépensent énormément en commandites. Selon leurs propres chiffres, ils évaluaient ces dépenses à 17,5 millions de dollars en 1987 et à plus de 40 millions en 1993. Les fabricants ne dépenserait pas autant d'argent si cette forme de publicité n'avait aucun effet. Le marché cible associe la marque de commerce avec l'image que veut projeter le fabricant. Du Maurier est un exemple d'association prestigieuse qu'établit le consommateur entre cette marque et le théâtre. Si ces commandites avaient un effet seulement sur la part de marché, les fabricants s'empresseraient de réclamer une loi qui pourrait leur permettre d'économiser 40 millions de dollars. Rien n'empêche les fabricants de donner des contributions philanthropiques. Nous ne nous opposons pas à cela. Ils peuvent le faire. Mais ce que nous ne voulons pas, c'est qu'ils associent ces contributions avec la vente d'un produit mortel.

M. Scott: Alors, vous répondriez «non» n'est-ce pas?

M. Cunningham: En effet, ce ne serait pas acceptable.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Vous avez mentionné 18 raisons de promouvoir l'emballage banalisé, la 18^e étant l'objectif visé: réduire la consommation des produits du tabac. J'aimerais avoir des précisions sur le fait que les 17 raisons, peu ou pour, de promouvoir l'utilisation d'emballages banalisés sont ce que vous estimatez être des preuves de leur efficacité comme moyen de réduire la consommation.

[Text]

We have spontaneously made maple syrup a term of reference in a light way, but very seriously our term of reference is to determine the evidence for the effectiveness of plain packaging as a tool to decrease tobacco consumption. Could you quickly relate to that?

Mr. Cunningham: I think you have made a good point. The first 17 reasons provide evidence. The 18th reason is further empirical research that Dr. Iverson and others have studied in different parts of the world that also supports a recommendation by the committee.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): In the statement given, the January 1994 study from Australia used the words "potential impact". Does that mean there has not been a conclusive impact or definitive evidence? I can see you are so convinced of your belief. That's clear to me, and that of course will be taken into account by the committee in its deliberations. But I wanted to be sure it is clear you have made a submission to us that the impact is only potential.

Dr. Iverson: Yes. All the studies, what I call streams of evidence, point to the impact of plain packaging. You can't do a definitive study on this. The reason for that is you would have to basically take a group of people out of society in total and make sure they were only exposed to plain packaging, which can't be done. So it is one of those situations where you are forced to look at all the streams of evidence and say, if I take A and B and C and D, would they add up to F? The kind of study I would call an efficacy study, where you have absolute proof positive, can't be done in this case because we are a free-living society. So it is the streams of evidence together that show the proof.

Mr. Semenchuk: We don't have an example where plain packaging is in place so that you can look at it and draw conclusions from it now.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): That brings me to my third question. I sincerely congratulate you. You have anticipated my third question. That is, how do you see a pilot program versus an established program? Now, of course, a well-controlled, well-monitored pilot program could be conceived of to the effect that at the end of a given period of study, we will have solid evidence—or it could be done in certain segments or regions of the country, depending on the design—versus establishing a program that, once and for all, we will conclude is an effective program and therefore it will be budgeted for until the end of time.

I would like you to address that question. How do you see the need for a pilot study first, to whatever extent, versus a national program *de novo*?

Dr. Iverson: I don't think you can do a pilot study too effectively because of the borders that exist from Saskatchewan to Manitoba, Quebec to Ontario. I think you would really have to commit to a national program. It wouldn't cost the

[Translation]

Spontanément, nous nous sommes amusés à prendre l'exemple du sirop d'érable comme thème de référence, mais, blague à part, notre mandat consiste à établir la preuve de l'efficacité des emballages banalisés comme moyen de diminuer la consommation des produits du tabac. Pourriez-vous brièvement faire le point sur cette question?

M. Cunningham: Je pense que vous avez soulevé un bon point. Les 17 premières raisons constituent des preuves de l'efficacité de cette solution. La 18^e fait état des résultats d'une recherche expérimentale effectuée par M. Iverson et d'autres dans différentes régions du monde. Elle aussi pourrait faire l'objet d'une recommandation de votre Comité.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je remarque que dans le passage que vous avez cité concernant l'étude effectuée en janvier 1994 en Australie, vous avez utilisé les mots «incidence possible». Voulez-vous dire que cette incidence n'a pas été clairement établie ou que la preuve n'a pas été faite hors de tout doute. Je vois que vous êtes convaincu de ce que vous avancez. Je le constate nettement. Notre comité en tiendra évidemment compte dans ses délibérations. Mais je voulais m'assurer que vous aviez bien mentionné dans votre exposé que l'incidence n'était que possible.

• 1105

M. Iverson: Oui. Dans toutes les études, la convergence des indices tend à démontrer l'incidence des emballages banalisés. On ne peut tirer des conclusions définitives sur une telle hypothèse. La raison en est que pour le faire, il faudrait essentiellement retirer un groupe de personnes de la société et s'assurer qu'elles n'ont été exposées qu'à des emballages banalisés, ce qui est impossible. Nous sommes donc placés devant une de ces situations où il faut prendre tous les indices qui convergent et se demander si en additionnant A plus B plus C plus D, on obtient comme résultat F? Dans ce genre de situation, une étude des causes efficientes qui aboutit sur des preuves absolues, est impossible, parce que nous vivons dans une société libre. C'est donc la convergence des indices qui nous amène à établir une preuve.

M. Semenchuk: Comme l'emballage banalisé n'est utilisé nulle part, il n'est donc pas possible actuellement d'observer ses effets et d'en tirer des conclusions.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Cela m'amène à vous poser ma troisième question. Je vous félicite, vous êtes allé au devant de ma troisième question. Que diriez-vous de l'idée de mettre sur pied un programme pilote plutôt qu'un programme établi? Évidemment, on pourrait concevoir un programme pilote, assorti de solides mécanismes de contrôle et de suivi, qui nous permettrait, au bout d'un certain temps, d'avoir des indices sûrs. Ce programme pourrait être limité à certains secteurs ou à certaines régions du pays. Cette option me semble plus logique qu'un programme permanent qu'on établirait sans s'interroger sur son efficacité et qu'on financerait indéfiniment.

J'aimerais que vous me disiez ce que vous pensez de cette option. Dans quelle mesure croyez-vous en la nécessité de mettre sur pied d'abord un projet pilote, peu importe son envergure, plutôt que d'instituer dès à présent un programme national?

M. Iverson: Je ne crois pas qu'une étude pilote puisse être très efficace à cause des frontières qui existent entre la Saskatchewan et le Manitoba, entre le Québec et l'Ontario. Il faudrait vraiment s'engager dans un programme national, à mon

[Texte]

government a great deal to do that and the benefits would be rather significant, but I think you would have to do it on a national level to make it realistic. You certainly couldn't do it in a small geographical area because of the transmission of the packages across the borders.

It is much like the tobacco problem. When you initially worked with tobacco tax increases, it was what I call mathematical modelling, where you asked what the hypothetical price elasticity is. But until different states or provinces actually made changes and you could monitor the change, only then were you able to put points, and instead of modelling you could actually make lines of best fit.

So here, for the reasons we have cited, the best approach would be to commit to a national program because of the health interest—it doesn't cost the government a great deal—and then to monitor to see overall what the effect will be. This alone will not solve the problem. This alone will contribute to the solution of the problem. I think that's what we're arguing.

Mr. Cunningham: The longer you wait, the more cases of lung cancer that otherwise would have been avoidable will happen. The Canadian Cancer Society is of the view that there is sufficient evidence to act very quickly.

If you can get them to answer this question, the tobacco industry denies there is proof that smoking causes lung cancer. They say, oh yes, there is an association, but there is no proof. If we waited for the amount of proof that the tobacco industry always demands, we'll be waiting for a long time and we will be attending a lot of funerals.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): May I say, just to be very clear, I am not speaking for any group. I am only speaking for the welfare of Canadians. But I think we have not made up our mind as a committee. We have our own personal convictions based on intuition, empirical evidence, whatever, but we are certainly being guided by your submissions. Would you care to comment further, Mr. Semenchuk or Dr. Iverson?

Dr. Iverson: Yes, I have just two comments, one of them being that there are a few people here who come from medical and scientific backgrounds. If you think back just to the 1950s when the Pap smear test first came out, there wasn't a clinical trial done. It was actually in the laboratory for 20 years before it hit public health. The early pilot studies, very small studies, were so overwhelmingly positive that all of a sudden it went on a public health approach and we've actually got the evidence on Pap smears post hoc by looking at differences in the base of cervical cancer rates by countries in terms of what they offer.

[Traduction]

avis. La mise en place d'un tel programme ne coûterait pas trop cher au gouvernement, et ses avantages seraient considérables. Mais, si l'on est réaliste, je crois qu'il devrait être mis sur pied à l'échelle nationale. Il ne serait certainement pas possible de limiter l'étude à un secteur géographique restreint, parce que les emballages pourraient être placés de part et d'autre des frontières.

C'est essentiellement le même problème que pour les prix du tabac. Au début, quand vous avez commencé à songer à augmenter la taxe sur les produits du tabac, c'était presque des modèles mathématiques que vous deviez faire; vous deviez vous demander de quel ordre doit être l'écart entre les prix des diverses régions. Mais tant que les provinces n'ont pas modifié leurs taxes et que vous n'avez pas été en mesure de suivre l'évolution des taux, ce n'est qu'à partir de ce moment que vous avez pu marquer des points, et au lieu de faire des modèles, vous avez pu vous faire une idée de l'option à privilégier.

Dans ce cas-ci, pour la raison que j'ai déjà mentionnée, la meilleure approche serait de s'engager dans un programme national parce que c'est la santé qui est en jeu—cela n'en coûterait pas très cher au gouvernement—and de voir ensuite quelle a été son incidence. Ce programme ne réglera pas à lui seul le problème. Il ne fera que contribuer à la solution du problème. C'est ce que nous pensons.

M. Cunningham: Plus vous allez attendre, plus le cancer du poumon fera des ravages qui, autrement, auraient pu être évités. La Société canadienne du cancer pense que la preuve est suffisamment faite, qu'il faut agir très rapidement.

Les fabricants nient que la preuve est établie que le tabagisme cause le cancer du poumon. Ils admettent qu'il y a des liens entre les deux, mais ils disent que nous n'avons pas de preuves. Si nous devions attendre toutes les preuves que l'industrie demande toujours, nous attendrions longtemps et nous assisterions à bien des funérailles.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je vous signale, simplement pour que ce soit bien clair, que je ne représente aucun groupe particulier. Je ne défends que le bien-être des Canadiens. Mais je pense que nous n'avons pas encore pris position en tant que comité. Nous avons nos propres convictions, fondées sur l'intuition, des preuves empiriques, mais nous nous inspirerons sûrement de vos mémoires. Avez-vous des commentaires à ajouter, Monsieur Semenchuk ou Monsieur Iverson?

M. Iverson: Oui, j'aurais juste deux petites choses à ajouter. Premièrement, je constate qu'il y a ici quelques personnes qui viennent des milieux médicaux et scientifiques. Si vous remontez aux années 50 au moment où le test Pap a été utilisé pour la première fois, il n'y avait pas eu d'essais cliniques au préalable. En fait, il était en laboratoire depuis une vingtaine d'années avant que l'on songe à l'utiliser comme moyen de prévention. Les premières études pilotes, d'envergure très restreinte, ont été tellement positives qu'immédiatement le test est devenu un impératif pour les milieux médicaux. Ultérieurement, on a fait la preuve que le test Pap était efficace en observant les écarts dans la fréquence du cancer du col de l'utérus dans les pays où le test est offert.

[Text]

[Translation]

• 1110

So it's not unusual to go ahead with major public health measures when the evidence leading up to it seems important, whether it be in a clinical situation or in public health.

Second, conducting the kind of demonstration project you're proposing I think would raise some fairly serious ethical issues. If you had good streams of evidence that argued for withholding treatment from one group of people with a product that's known to be deadly—that would cause major concern among some ethicists, I think. I'm not an ethicist, but after going through human subject review panels for my studies, I can assure you that... I don't know how I would answer the question.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): But I have not proposed it as a question.

Dr. Iverson: No, I understand that.

Mr. Semenchuk: Mr. Chairman, we put excerpts from the Canadian Cancer Society study into our report. As I said, it is over 150 pages in length, including appendices. We can make the whole Canadian Cancer Society study available to the committee. We have not put it in as a complete excerpt, but we can certainly make that available to committee members.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We would welcome that document.

Mr. Semenchuk: Thank you. We will make that available.

M. de Savoye: Vous êtes des experts, et c'est pour cela que j'essaie d'obtenir de vous toute l'information dont vous disposez sur le sujet.

Tenons pour acquis qu'un empaquetage banalisé nous amène les bénéfices que vous nous avez présentés. Mais maintenant examinons la situation. Nous ne sommes pas dans un système fermé. Nous sommes dans un système ouvert et, de l'autre côté, les manufacturiers de cigarettes vont réagir. Je ne crois pas qu'il soit nécessaire de leur suggérer des éléments de marketing possibles, car ils ont plus d'imagination que moi dans ce domaine. Simplement pour les fins de la discussion, disons que dans le paquet, on retrouve maintenant un bouton ou un autocollant, enfin quelque chose pour faire la promotion de leur produit. Ils ont naturellement avantage à avoir une contre-mesure qui va rééquilibrer leurs ventes. Il faut s'attendre à cela. C'est normal et naturel.

Comment pouvez-vous m'assurer qu'un an ou deux ans après la mise en vigueur d'une telle mesure, nous ne serons pas de retour à la case départ?

M. Cunningham: Le Comité pourrait recommander d'interdire toute promotion ou publicité sur le tabac, quelle qu'elle soit. S'il n'y a pas d'exceptions ou de petits trous dans la loi, ces problèmes que vous imaginez ne surviendront jamais.

Mr. Semenchuk: As you know, it's difficult to predict every potential problem you're going to face in dealing with any type of legislation, but particularly regulatory legislation. However, we do the best we can and we may have to make some

Par conséquent, il n'est pas inusité d'adopter d'importantes mesures de santé publique quand leur efficacité semble être très probante, qu'il s'agisse de cas cliniques ou de problèmes de santé publique.

Deuxièmement, la démonstration que vous proposez poserait, à mon avis, des problèmes d'éthique passablement sérieux. Si vous aviez une bonne convergence de preuves vous incitant à refuser à un groupe de personnes un traitement avec un produit que l'on sait être mortel, cela provoquerait tout un émoi chez certains éthiciens, à mon avis. Je ne suis pas moi-même un éthicien, mais après avoir passé devant des comités d'examen pour mes études sur des sujets humains, je puis vous dire que... Je ne sais pas comment je répondrais à cette question.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Mais je ne l'ai pas proposée comme une question.

Dr. Iverson: Non, je comprends bien.

Mr. Semenchuk: Monsieur le président, nous avons inclus des extraits d'une étude de la Société canadienne du cancer dans notre rapport. Comme je le disais, elle étude compte plus de 150 pages, incluant les annexes. Nous pourrions fournir au comité le texte intégral. Nous ne l'avons pas citée au complet, mais nous pourrions certainement la mettre à la disposition des membres du comité.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous serions heureux de recevoir ce document.

Mr. Semenchuk: Merci beaucoup. Nous ferons en sorte qu'elle vous soit envoyée.

M. de Savoye: Because you are experts, I will try to get from you all the information that you have on the subject.

Let us take for granted that plain packaging will bring all the benefits you stated. But let us now examine the case more closely. We are not living in a closed world, but in an open system, and we can expect the Tobacco Industry to react. I do not think that it is necessary to suggest marketing options to them because they are more imaginative than y in that area. Just for the sake of discussion, let us say that the Tobacco Industry put a tag or a sticker or something else in the package, just to promote their product. Of course, it will be to their advantage to take countermeasures so that their sales figures can return to their previous level. It must be expected. It is only normal and natural.

How can you be sure that one or two years after the introduction of such a measure we will not be back to square one?

Mr. Cunningham: Our Committee could recommend banning any promotion or publicity whatsoever on tobacco products. If there are no exceptions or loopholes in the law, the problems you fear will never occur.

Mr. Semenchuk: Comme vous le savez, il est difficile de prédire les problèmes éventuels d'une loi, et en particulier d'une loi de réglementation. Cependant, nous l'étudions du mieux que nous pouvons et nous proposons des amendements au besoin.

[Texte]

[Traduction]

amendments to it. That's why legislation is amended on a regular basis. It may be that the fertile imaginations of the tobacco industry and all of their consultants will be able to find some other method for a short period of time. If they do, and they certainly demonstrated it with the Tobacco Products Control Act, then we can expect strong opposition to what's going to be done, but we can deal with those as and when they come up. We can anticipate a lot of things; we can do it in a simple fashion, and I think it will be supported. Mr. Cunningham has suggested that. We can't give you a perfect answer but we think we can deal with the problem as and when it arises.

Mr. de Savoye: So if I understand you, it's a matter of measures, countermeasures and counter-countermeasures, and we have to make it clear right from the start that this is our strategy.

Mr. Semenchuk: That this is the ultimate goal, yes.

Mr. de Savoye: Thank you.

• 1115

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I regret that I have to close the presentation and the hearing. May I remind you that when you submit a document, which you intend to do, you may do it as well in French.

Mr. Semenchuk: Yes.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We would appreciate that. At this point I would like to excuse you, but I would like the committee members to stay for a few minutes to deal with the motion that has been tabled. We thank you for your presentation.

Mr. Semenchuk: Thank you.

Dr. Iverson: Thank you very much, ladies and gentlemen.

Mr. Cunningham: If I may just add, when we submit this document I would commend to the consideration of committee members the references therein to numerous formerly secret tobacco industry documents in Canada, which may be of assistance in coming to the conclusion or to whatever recommendations you will have when the committee's proceedings are complete.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you.

Now to the committee members, we have the motion before us, which I would like to call back to the floor. Mrs. Picard has left. Are you taking over for the motion, Mr. de Savoye?

Mr. de Savoye: Sure.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): You heard the motion. Could the clerk quickly read it again, please.

La greffière:

Je propose que le Comité invite avant le 26 avril la ministre de la Santé, l'honorable M^{me} Marleau, et convoque les fonctionnaires afin d'entreprendre, poste par poste, l'analyse complète des dépenses de son ministère et des organismes

C'est pour cela que les lois sont modifiées constamment. Les fabricants et leurs consultants ont sans doute l'imagination assez fertile pour trouver d'autres moyens à court terme. Si c'est le cas, et l'on a eu la preuve de leur habileté avec la Loi réglementant les produits du tabac, on peut alors s'attendre à une vive opposition à ce qui se passera, et l'on abordera les problèmes à mesure qu'ils se présenteront. Nous pouvons nous attendre à un tas de choses; nous pouvons le faire le plus simplement du monde, et je crois que nous aurons des appuis. M. Cunningham me l'a laissé entendre. Nous ne pouvons vous donner de réponse précise, mais je crois que nous pouvons régler les problèmes au fur et à mesure qu'ils se présentent.

M. de Savoye: Donc, si je vous ai bien compris, c'est une question de mesures, de contre-mesures et de contre-contre-mesures, et nous devrons manifester très clairement dès le début que telle est notre stratégie.

M. Semenchuk: C'est le but que nous visons, en bout de ligne, exactement.

M. de Savoye: Merci beaucoup.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je regrette d'avoir à mettre fin à votre témoignage et à cette audience. Puis-je vous rappeler lorsque vous soumettez un document, comme vous avez l'intention de le faire, vous pouvez aussi nous fournir la version française.

M. Semenchuk: Oui.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous vous en serions reconnaissant. Pour le moment, permettez-moi de vous libérer, j'aimerais que les membres du Comité restent ici encore quelques instants pour disposer de la motion qui a été déposée. Nous vous remercions de votre témoignage.

M. Semenchuk: Merci beaucoup.

M. Iverson: Merci beaucoup, Mesdames et Messieurs les membres du comité.

M. Cunningham: Permettez-moi d'ajouter que lorsque vous prendrez connaissance du document, je vous suggérerais de porter attention aux références aux nombreux documents, autrefois secrets, de l'industrie du tabac au Canada; documents qui pourraient vous aider à tirer vos conclusions ou à formuler des recommandations à la fin de vos délibérations.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci beaucoup.

Puisque nous devons disposer de la motion qui est devant nous, je demanderais aux membres du Comité de prendre leur place. M^{me} Picard est déjà partie. Pourriez-vous prendre la relève pour proposer l'adoption de la motion, Monsieur de Savoye?

M. de Savoye: Certainement.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Vous avez entendu la motion. La greffière pourrait-elle la relire à nouveau, s'il-vous-plaît.

The Clerk:

I propose: That the committee invite before April 26 the Minister of Health, The Honourable Mrs. Marleau, and summon civil servants in order to undertake a thorough evaluation, position by position, of the expenditures of the

[Text]

[Translation]

relevant de son autorité, avec l'aide de tous les documents et dossiers nécessaires à la bonne conduite de cette opération, de même que les documents traitant des coupures de dépenses projetées par le gouvernement, le tout tel que proposé par le Premier ministre à la période des questions du 13 avril 1994.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Mr. de Savoye for the motion. Any other—

Mr. de Savoye: It's either one of two things. This committee, and my friends from the Liberal party, feel they have a clear mandate from the Prime Minister and we just say a resounding "yes" to this, or you want to think it over a little bit with the Prime Minister, in which case it shouldn't be too long before we come back to this during Question Period.

Motion negatived

Mr. de Savoye: Certainly Mr. Chrétien will be happy to see what he thought was wrong. The committees are not ready to go for this.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): The meeting is adjourned.

Department and those agencies coming under the minister's responsibility, with the help of all documents and files necessary to successfully carry out this evaluation, including those documents relating to the Government's planned expenditure cuts, the whole as proposed by the Prime Minister during the Question Period of April 13th, 1994.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Monsieur de Savoye, voulez-vous discuter de cette motion?

Mr. de Savoye: De deux choses l'une. Ou bien ce comité, et mes collègues du Parti libéral, estiment avoir reçu un mandat clair du premier ministre, auquel cas, ils répondront «oui» à cette demande ou bien ils veulent en discuter avec le premier ministre, auquel cas il en sera de nouveau question sous peu lors de la période des questions.

La motion est rejetée

Mr. de Savoye: Cela fera plaisir à M. Chrétien. Les comités ne sont pas prêts à accepter cela.

Le vice-président (M. Pagtakhan): La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Non-Smokers' Rights Association:

Garfield Mahood, Executive Director;
David Swenor, Senior Legal Counsel;
Luc Martial, Political Analyst.

From the Canadian Cancer Society:

Gary Semenchuk, Chair, National Public Issues Committee;

Don Iverson, Director, Center of Behavioral Research and Program Evaluation, National Cancer Institute of Canada;

Ken Kyle, Director of Public Issues;
Lyne Deschênes, Research Assistant;
Rob Cunningham, Consultant.

TÉMOINS

De l'Association pour les droits des non-fumeurs:

Garfield Mahood, directeur exécutif;
David Swenor, conseiller juridique senior;
Luc Martial, analyste de politiques.

De la Société canadienne du cancer:

Gary Semenchuk, président, Comité national des questions d'intérêt public;
Don Iverson, directeur, Centre de recherche sur le comportement et l'évaluation des programmes, Institut national du cancer du Canada;
Ken Kyle, directeur, Questions d'intérêt public;
Lyne Deschênes, assistante de recherche;
Rob Cunningham, consultant.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 3

Tuesday, April 19, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 3

Le mardi 19 avril 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la

Health**Santé****RESPECTING:**

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging of Tobacco Products

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la banalisation des produits du tabac

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS**TUESDAY, APRIL 19, 1994**

(8)

[Text]

The Standing Committee on Health met *in camera* at 9:01 o'clock a.m. this day, in Room 536, Wellington Building, the Acting Chair, Pauline Picard, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Acting Member present: John Richardson for Roger Simmons.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curran, Research Officers.

Witnesses: From the Justice Department: Anne-Marie Trahan, Associate Deputy Minister, Civil Law; Claude Joyal, Senior Counsel, Montreal Regional Office. *From Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.:* Tom Shea, Executive Vice-President; Fred Prinzen, Vice-President and General Manager of Brockville and Smiths Falls Operations; Eric Stille, Director of Economic Development, Town of Smiths Falls; Dave Paul, Economic Development, City of Brockville.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee resumed consideration of its study on Plain Packaging of Tobacco Products (*See Minutes of Proceedings and Evidence, Tuesday, April 12, 1994, Issue No. I.*)

The witnesses from the Justice Department made statements and answered questions.

At 10:20 o'clock a.m., the *in camera* sitting was suspended.

At 10:30 o'clock a.m., the sitting resumed in a public meeting.

The witnesses from Shorewood Packaging made statements, with Tom Shea and Fred Prinzen answering questions.

At 11:35 o'clock a.m., Pierre de Savoye moved,—That the committee invite before April 29th the Minister of Health, the Honourable Diane Marleau and summon civil servants in order to undertake a thorough evaluation, position by position, of the expenditures of the Department and those agencies coming under the Minister's responsibility, with the help of all documents and files necessary to successfully carry out this evaluation, including those documents relating to the Government's planned expenditure cuts, the whole as proposed by the Prime Minister during the Question Period of April 13th, 1994.

After debate, the question being put on the motion, it was negatived on the following division:

YEAS

Pierre de Savoye—(1)

NAYS

Rey Pagtakhan
John Richardson
Andy Scott

Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(5)

POUR

Pierre de Savoye—(1)

CONTRE

Rey Pagtakhan
John Richardson
Andy Scott

Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(5)

PROCÈS-VERBAL**LE MARDI 19 AVRIL 1994**

(8)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à huis clos à 9 h 01, dans la salle 536 de l'immeuble Wellington, sous la présidence de Pauline Picard (*vice-présidente*).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Membre suppléant présent: John Richardson pour Roger Simmons

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curren, attachés de recherche.

Témoins: Du Ministère de la Justice: Anne-Marie Trahan, sous-ministre déléguée, Droit civil; Claude Joyal, avocat-conseil, Bureau régional de Montréal. *De Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.:* Tom Shea, vice-président exécutif; Fred Prinzen, vice-président et gérant général, Opérations à Brockville et Smiths Falls; Eric Stille, directeur du développement économique, Ville de Smiths Falls; Dave Paul, Développement économique, Ville de Brockville.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend l'étude de la banalisation des produits du tabac (*voir les Procès-verbaux et témoignages du mardi 12 avril 1994, fascicule n° 1.*)

Les témoins du ministère de la Justice font des exposés et répondent aux questions.

À 10 h 20, le Comité met fin au huis clos.

À 10 h 30, la séance reprend en public.

Les témoins de Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd., font des exposés, puis Tom Shea et Fred Prinzen répondent aux questions.

À 11 h 35, Pierre de Savoye propose—Que le Comité invite, avant le 29 avril, la ministre de la Santé, l'hon. Diane Marleau, et convoque les fonctionnaires afin d'entreprendre l'analyse complète de toutes les dépenses de son ministère et des organismes relevant de son autorité, avec l'aide de tous les documents et dossiers nécessaires à la bonne conduite de cette opération, de même que des documents traitant des coupures de dépenses projetées par le gouvernement, le tout tel que proposé par le premier ministre à la période des questions du 13 avril 1994.

Après débat, la motion, mise aux voix, est rejetée:

At 11:50 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of
the Chair.

À 11 h 50, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation
du président.

Carmen DePape

Clerk of the Committee

La greffière du Comité

Carmen DePape

[Texte]

EVIDENCE*[Recorded by Electronic Apparatus]*

Tuesday, April 19, 1994

[Traduction]

TÉMOIGNAGES*[Enregistrement électronique]*

Le mardi 19 avril 1994

• 1031

La vice-présidente (Mme Picard): J'aimerais souhaiter la bienvenue à M. Shea, vice-président exécutif de la Shorewood Packaging Corporation of Canada, et M. Prinzen, vice-président et directeur général de leurs opérations à Brockville et Smiths Falls, ainsi qu'à MM. Dave Paul et Eric Stille.

Bonjour à tous.

Monsieur Shea, vous avez la parole.

Mr. Tom Shea (Executive Vice-President, Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.): Thank you, Madam Chairman and members of the committee, for giving us this opportunity to appear before you to comment on the implications of legislating plain packaging for cigarettes.

With us today are representatives from the two municipalities most seriously involved as far as our company is concerned, Smiths Falls and Brockville. At the end of our brief I will ask Mr. Stille and Mr. Paul to say a few words about their communities.

We're not here today to dispute any proposed government action to reduce smoking in Canada. Our purpose is to explain what effects plain packaging legislation would have on our company, our employees, and the communities in which they operate.

Shorewood Packaging is one of the largest folding carton companies in North America. We have ten facilities, four in Canada and six in the United States, servicing those markets requiring high-technology packaging. Shorewood Packaging's two major Canadian operations for tobacco packaging are located in Brockville and Smiths Falls, Ontario. A third operation in Toronto also produces some tobacco packaging.

The process most widely used internationally for the printing and converting of tobacco packaging is the rotogravure method. This printing process is used to reduce the taint and odour that is common in other printing methods. Rotogravure is a very expensive process. It requires large capital investment and a highly skilled workforce.

Supply relationships with the tobacco industries is the reason why Shorewood Packaging and other companies in Canada have been able to afford the high capital investment and cost of training a unique, highly skilled workforce. Investments of hundreds of millions of dollars over the years have been made by the Canadian packaging industry in rotogravure, giving Canada a strong position, both nationally and internationally, as qualified tobacco packaging specialist suppliers.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): I would like to welcome Mr. Shea, Executive Vice-President of Shorewood Packaging Corporation of Canada, and Mr. Prinzen, Vice-President and General Manager of their Brockville and Smiths Falls Operations, as well as Mr. Dave Paul and Mr. Eric Stille.

Good morning to you all.

Mr. Shea, you have the floor.

M. Tom Shea (vice-président exécutif, Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.): Je vous remercie, madame la présidente, et membres du comité, de nous donner l'occasion de comparaître devant vous afin de faire valoir nos vues sur l'incidence de dispositions législatives visant la banalisation des paquets de cigarettes.

Aujourd'hui, nous sommes accompagnés par des représentants des deux municipalités qui sont le plus concernées par les activités de notre compagnie, à savoir Smiths Falls et Brockville. À la fin de notre exposé, nous demanderons à M. Stille et à M. Paul de dire quelques mots sur leurs collectivités.

Nous ne sommes pas réunis ici aujourd'hui pour mettre en doute les actions que le gouvernement se proposerait de prendre pour réduire le tabagisme au Canada. Nous voulons tout simplement expliquer quels seraient les effets de telles mesures législatives sur notre compagnie, nos employés et les collectivités où nous travaillons.

Shorewood Packaging est l'une des plus importantes compagnies de fabrication de boîtes pliantes de l'Amérique du Nord. Nous comptons 10 installations, dont quatre au Canada et six aux États-Unis, qui servent les marchés qui ont besoin d'emballages haut de gamme. Les deux principales installations de Shorewood Packaging chargées des emballages pour le tabac au Canada sont situées à Brockville et à Smiths Falls, en Ontario. Une troisième installation, située à Toronto, produit aussi une certaine quantité d'emballages pour le tabac.

Le processus le plus utilisé à l'échelle internationale pour l'impression et la transformation des paquets de tabac est la rotogravure. Ce procédé d'impression est utilisé afin de réduire les odeurs et les saveurs parasites que l'on retrouve dans les autres méthodes d'impression. La rotogravure est une méthode très coûteuse qui nécessite d'importants investissements de capitaux et une main-d'œuvre hautement qualifiée.

Si Shorewood Packaging et d'autres compagnies au Canada ont pu se permettre de tels investissements et une main-d'œuvre aussi qualifiée, c'est parce qu'elles approvisionnent l'industrie du tabac. L'industrie canadienne de l'emballage a investi des centaines de millions de dollars dans la rotogravure, plaçant le Canada au premier rang des fournisseurs d'emballages de tabac à l'échelle nationale et internationale.

[Text]

As the largest supplier of tobacco packaging in Canada, the implementation of plain packaging will have a devastating impact on our company, our employees, and the communities in which they operate. Our Brockville and Smiths Falls operations employ approximately 400 highly skilled people, and we have seven multicolour gravure presses. The rotogravure printing method is generally too expensive for regular consumer packaging; hence its largest market is the tobacco industry. Of the output from our seven multicolour presses, 65% is for the Canadian tobacco industry. We simply do not require these expensive presses to produce one-colour black packaging.

[Translation]

En tant que principal fournisseur d'emballages de tabac au Canada, notre compagnie sera durement touchée par la mise en application des emballages neutres, et nos employés et les collectivités où nous travaillons en subiront également les répercussions. Nos installations de Brockville et de Smiths Falls comptent environ 400 employés hautement compétents ainsi que sept presses d'héliogravure multicouleurs. La rotogravure est un procédé trop coûteux pour être utilisé pour l'emballage de consommation ordinaire; par conséquent, elle est utilisée principalement pour l'industrie du tabac. Soixante-cinq p. 100 de la production provenant de nos sept presses d'héliogravure multicouleurs à Smiths Falls et à Brockville est destinée à l'industrie canadienne du tabac. Ces presses coûteuses ne sont pas nécessaires pour la production d'emballages ordinaires à une couleur.

• 1035

Furthermore, we currently export 25% of our production. Ten years ago we did not export any tobacco packaging, but as the decline of cigarette smoking took place in Canada we searched for other markets. We now export 25% of our tobacco packaging world-wide.

De plus, nous exportons actuellement 25 p. 100 de notre production. Il y a dix ans, nous n'exportions pas d'emballages de tabac, mais en raison de la baisse de la consommation de cigarettes au Canada, nous avons cherché de nouveaux débouchés. Actuellement, nous exportons 25 p. 100 de nos emballages de tabac dans le monde entier.

We continually and aggressively seek new markets, and this proportion is expanding. However, without domestic tobacco packaging it would not be economically sound for us to maintain gravure packaging operations in Canada, especially if we cannot economically utilize our multicolour presses. Should the government decide that generic packaging is to be imposed on the tobacco industry, we would have no choice but to move our equipment out of Canada and into the international markets that we presently serve from here. This would result in a major loss of employment in two of Ontario's most productive communities.

Cette proportion augmente, car nous cherchons continuellement et agressivement à élargir nos marchés. Si nous ne produisions plus d'emballages de tabac à usage national, il ne serait pas utile, sur le plan économique, de conserver nos opérations d'héliogravure au Canada, surtout s'il n'est plus rentable d'utiliser nos presses multicouleurs. Si le gouvernement décidait d'imposer des emballages neutres à l'industrie du tabac, nous serions obligés de déménager la partie de nos opérations canadiennes qui sert aux marchés internationaux, entraînant une importante perte d'emplois dans deux des communautés ontariennes les plus productives.

To put it bluntly, we would have no choice but to shut down our gravure plants. The potential economic impact would be dramatic. In Brockville we have 220 employees, our payroll is \$10,692,000, and our municipal taxes are \$320,000. In Smiths Falls we have 188 people, our payroll is \$7,920,000, and our taxes are \$220,000. Combined we have 408 employees, \$18,612,000 in payrolls and \$540,000 in municipal taxes.

Soyons francs: nous serions obligés de fermer nos installations de rotogravure de Smiths Falls et de Brockville. Les répercussions économiques seraient très graves. À Brockville, nous avons 220 employés, notre masse salariale est de 10 692 000\$, et nos taxes municipales s'élèvent à 320 000\$. À Smiths Falls, nous avons 188 employés, une masse salariale de 7 920 000\$, et nous payons 220 000\$ de taxes. Les pertes combinées seraient de 408 employés, 18 612 000\$ de salaires et 540 000\$ de taxes municipales.

In addition to our own employees and the multiplier effect in our respective communities, at least 1,100 other jobs in packaging and support industries such as ink and cylinder suppliers would be affected.

À cela s'ajouteraient la perte d'au moins 1 100 autres emplois dans le domaine de l'emballage et dans les autres industries de soutien, tels que les fournisseurs d'encre et de cylindres.

Madam Chairman, we are here today to clearly explain the economic impact that plain packaging will have on our company and its operations in Smiths Falls and Brockville. These are not threats, these are facts. We are in the business of producing multicolour, rotogravure packaging. Plain packaging will eliminate the dominant market for our product and will put us out of the rotogravure business in Canada.

Madame la présidente, nous sommes ici aujourd'hui pour présenter en termes clairs l'incidence économique qu'aurait l'imposition des emballages neutres sur notre compagnie et ses opérations de Smiths Falls et de Brockville. Il ne s'agit pas de menaces, mais bien de faits. Nous sommes des producteurs d'emballages par rotogravure multicouleurs. Les emballages banalisés feront disparaître notre marché principal et mettront un terme à notre commerce de la rotogravure au Canada.

[Texte]

In my more than 40 years in the packaging industry, I am not aware that the package sold anything that the consumer did not want to buy. This is probably more true in tobacco packaging than in any other type of packaging. I would draw your attention to the fact that consumers do not buy packaging, they buy products. Changes in package design are done to encourage consumers to switch brands, but it does not increase consumption.

In my many years, I have observed the decline in smoking. As I mentioned earlier, we changed our mix and now export a lot of our business. That's because of the decline in the Canadian market. The decline has been gradual and it comes with education, not from legislation.

To our knowledge, and to anyone in the packaging industry, there are no empirical studies demonstrating that generic or plain packaging will reduce tobacco consumption. We wonder whether plain packaging, a measure imposed on no other consumer product, will actually achieve your objective, and at what economic cost.

One-colour packaging would lead to easy counterfeiting, resulting in renewed smuggling. That is a real issue.

It seems strange to us that the government is even considering plain packaging before any evaluation of the new Bill C-51 phase two warnings has been conducted, let alone before they are introduced to the market. As you are aware, we are at present working with the tobacco industry to change cigarette packaging to comply with phase two of Bill C-51.

[Traduction]

Je suis dans l'industrie de l'emballage depuis plus de 40 ans. Jamais je n'ai pu constater que l'emballage amenait le consommateur à acheter un produit dont il ne voulait pas. Cette affirmation est d'autant plus vraie pour l'emballage du tabac. J'aimerais porter à votre attention les facteurs suivants. Les consommateurs n'achètent pas des emballages, mais bien des produits. Les changements de conception dans l'emballage sont destinés à encourager les consommateurs à changer de marque; ils n'entraînent pas une augmentation de la consommation.

Au cours de ma longue carrière, j'ai pu constater une baisse du tabagisme. Comme je l'ai déjà dit, nous avons modifié notre cible et nous exportons maintenant une grande partie de nos produits, et ce, à cause du déclin observé sur le marché canadien. Ce déclin s'est effectué graduellement et est le résultat de l'information, et non pas de l'imposition de mesures législatives.

Personne dans l'industrie de l'emballage n'a eu connaissance d'études empiriques prouvant que les emballages banalisés ou neutres permettaient de réduire la consommation de tabac. Il nous faut poser la question: est-ce que l'emballage neutre, une mesure qui ne touche aucun autre produit de consommation, vous permettra vraiment de réaliser votre objectif? Quel en sera le coût sur le plan économique?

L'emballage monochrome faciliterait la contrefaçon, ce qui entraînerait un regain de la contrebande. Il s'agit là d'une préoccupation réelle.

Il nous semble étrange que le gouvernement envisage déjà l'adoption de l'emballage neutre, avant même que ne soient évalués les effets des nouveaux avis prévus dans le cadre de la phase II du projet de loi C-51; ces avis n'ont même pas encore commencé à figurer sur les paquets. Vous savez sans doute que nous travaillons à l'heure actuelle de concert avec l'industrie du tabac pour modifier les emballages de cigarettes, conformément à la phase II du projet de loi C-51.

• 1040

I'm going to ask Mr. Prinzen if he could give you some samples of what is coming on the market, which was the regulations that were put in last year.

Mr. Fred Prinzen (Vice-President and General Manager, Brockville and Smiths Falls Operations, Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.): I'll send around some packages that exist in the marketplace today. You'll notice the health warning is indicated in the bottom 20% of the package. This is now being changed with Bill C-52 regulations, the process of printing it and distributing into the marketplace through the course of the next few months—in fact, one or two items as soon as two weeks hence.

These will have indicated on them eight different warnings, one on black background, one on white background, and the permutations then are sixteen in number. You'll see as I pass around some samples of the black and the white background cigarette packages.

Mr. Shea: As Mr. Prinzen said, phase two of Bill C-51 mandates that a minimum of 25% of the main face panels of cigarette packages carry both white-on-black and black-on-white health warnings. These new packages will start appearing on the

Cela dit, je vais demander à M. Prinzen de vous donner quelques échantillons des nouveaux emballages qui vont apparaître sur le marché, conformément au règlement adopté l'année dernière.

M. Fred Prinzen (vice-président et directeur général, Opérations de Brockville et Smiths Falls, Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.): Je vais faire circuler quelques emballages que l'on trouve actuellement sur le marché. Vous constaterez que l'avertissement du ministère de la Santé occupe 20 p. 100 de l'espace, à la base du paquet. Les dispositions du projet de loi C-52 vont modifier l'impression et la distribution des emballages de tabac au cours des prochains mois—en fait, une ou deux dispositions seront déjà applicables deux semaines après l'adoption du projet de loi.

En vertu de ce dernier, les paquets de cigarettes doivent présenter huit mises en garde, en blanc sur noir, en noir sur blanc, ainsi que 16 permutations. Sur les échantillons que je fais circuler, vous verrez les fonds noirs et blancs.

M. Shea: Comme l'a dit M. Prinzen, la phase II du projet de loi C-51 requiert qu'au moins 25 p. 100 des principaux panneaux des paquets de cigarettes présentent des mises en garde concernant l'usage du tabac, en blanc sur noir et en noir

[Text]

market in the next few months. The mandate is that they must be out by August in total, but the tobacco industry is phasing it in. We'll probably see the first brands appearing in the next couple of weeks, particularly in the Ottawa area, so that people can see what is coming in the way of health warnings.

The packaging industry believes these new larger and more dominant health warnings do convey a strong message without—and I want you to accept this—with affecting our methods of production. We would not have to have any concerns about job losses or anything else. It would also give us that opportunity, as there is a decline in the Canadian market, to search out more international markets and be able to keep our people employed in Brockville and Smiths Falls.

Madam Chairman, although the push for plain packaging is motivated by legitimate health concerns, it appears to be based on various theories, guesses and wishes. From our perspective, the costs of plain packages are real and measurable.

We urge the committee to consider all of the concerns of the packaging industry and take no action until further assessment of the new health warning regulations is made. I think that will be done in the next twelve months or thereabouts as to how effective the new warnings are.

We do appreciate the opportunity to present this submission, as it affects our company, our industry, and more importantly, our employees in the communities in which they live and work.

I'm going to ask Mr. Stille to say a few words on the Brockville position, and also Mr. Paul. After that, if you have some specific questions, we'll do our best to respond to them.

Mr. Eric Stille (Director of Economic Development, Town of Smiths Falls): Thank you very much, Madam Chairman and committee members. I welcome the opportunity to share some of the concerns from the town of Smiths Falls.

As the director of economic development, I look at the issue of unemployment from two perspectives. From one perspective we must take a look at the regional employment base. Both Brockville and Smiths Falls are the regional shopping centres for the district. Any impacts felt in either community will be felt in the other as well. Our shoppers move back and forth. Our services are shared.

In fact, if the Shorewood Packaging plants in Brockville and Smiths Falls were to shut down, there would immediately be affected a manufacturer in the town of Prescott, Kromacorp, a prime supplier of inks. There are 42 jobs on the line in that particular industry. That industry has indicated that its primary production is to supply the Shorewood Packaging plants in Smiths Falls and Brockville.

[Translation]

sur blanc. Ces nouveaux paquets commenceront à apparaître sur le marché au cours des prochains mois. Ces dispositions doivent être appliquées d'ici août, mais l'industrie du tabac est en train de les mettre en oeuvre de façon progressive. Les premières marques apparaîtront probablement au cours des prochaines semaines, surtout dans la région d'Ottawa, afin que la population puisse voir les nouvelles mises en garde du ministère de la Santé.

L'industrie de l'emballage estime que ces nouveaux avis concernant la santé, plus importants et plus visibles, font passer un message clair—and je tiens à le souligner—sans toucher nos méthodes de production. Avec ces mesures, nous n'aurions pas de préoccupations relatives aux pertes d'emplois et autres. En raison du déclin du marché canadien, elles nous permettraient aussi d'élargir nos marchés internationaux afin de conserver nos employés à Brockville et à Smiths Falls.

Madame la présidente, le mouvement vers l'emballage neutre est issu de préoccupations légitimes en matière de santé, mais il semble reposer principalement sur des théories, des suppositions et des désirs. De notre point de vue, cependant, le coût des emballages banalisés est réel et mesurable.

Nous exhortons le comité à tenir compte des préoccupations de l'industrie de l'emballage et à attendre, avant de prendre d'autres mesures, que soient évalués les effets des nouvelles mises en garde contre l'usage du tabac. Je pense qu'au cours des 12 prochains mois environ, on mesurera l'efficacité des nouvelles mises en garde.

Nous vous remercions de nous avoir donné l'occasion de présenter ce mémoire, puisque les mesures envisagées touchent non seulement notre compagnie et notre industrie, mais, et c'est ce qui importe, nos employés et les collectivités où ils habitent et travaillent.

Je vais demander à M. Stille de dire quelques mots sur la position de Brockville, et ensuite ce sera le tour de M. Paul. Puis nous serons disposés à répondre à vos questions.

M. Eric Stille (directeur du Développement économique, ville de Smiths Falls): Merci beaucoup, madame la présidente, et messdames et messieurs les membres du comité. Je vous remercie de me donner l'occasion de partager avec vous les préoccupations de la ville de Smiths Falls.

En tant que directeur du Développement économique, j'aborde la question du chômage sous deux angles. D'abord, les possibilités d'emploi dans la région. Brockville et Smiths Falls sont les deux centres commerciaux de la région. Tout problème ayant des répercussions dans l'une des collectivités en aura aussi dans l'autre. Nos citoyens magasinent dans les deux centres. Nos services sont partagés.

En fait, si Shorewood Packaging devait fermer ses usines de Brockville et de Smiths Falls, cela créerait immédiatement des problèmes chez Kromacorp, un fabricant qui est installé dans la ville de Prescott et qui est notre principal fournisseur d'encre. Quarante-deux emplois seraient menacés dans cette entreprise. Kromacorp a en effet indiqué que l'essentiel de sa production est destinée aux usines de Shorewood Packaging à Smiths Falls et à Brockville.

[Texte]

[Traduction]

• 1045

I checked with the Canada Employment Centre and asked them what impact they used to determine the loss of a manufacturing job. The Canada Employment Centre advised me that for every manufacturing job gained or lost, three others would be impacted. So the loss of 450 jobs between Smiths Falls and Prescott would equate to 1,350 jobs elsewhere, for a total of 1,800 jobs throughout the regional area. That is significant when you're dealing with small communities.

I further checked with the Canada Employment Centre office in Smiths Falls. As of April 8, there are 1,133 active regular claims. These are people who are employable. This represents 9.48% of the working-age population currently unemployed.

I then checked with the manager of our social services. He advised me that as of March 30, in the town of Smiths Falls alone, 467 persons on social service benefits were considered employable. These individuals do not show up on Canada Employment Centre unemployment statistics. This group represents a further 8.54% of our employable working-age population.

The two groups effectively represent 18.02% of our employable workforce. That, I would suggest, is significant for a small area.

In addition, if the Shorewood Packaging jobs in Smiths Falls were lost, the result of an additional 188 job loss would equate to another 3.43%. We would be looking at somewhere in the area of 21% to 22%.

Shorewood Packaging's positions have an average wage of \$42,000. These are some of the highest-paying positions we have in our community, a community where the average family income with two or more income providers averages \$36,000.

Our area is already hard hit by the global economy and the economic conditions. To make a point, if we take a look at the tax arrears as expressed as a percentage of the current levy, our town has seen an increase from a 9.9% tax arrears in 1990 to 17.5% in 1993. This is a clear demonstration of the economic reality that the people and the businesses in the area are having a difficult time paying their taxes. To add to that burden would just complicate matters even worse.

We believe, as does Shorewood Packaging, a high-quality package does not increase consumption. It is designed to motivate consumers of any product to select one brand over another. I would suggest that purely on design, someone who does not use the product would not go out and purchase the product based on the design of the package.

In closing, I would like to suggest that in our opinion, to add to the economic hardship that has already been sustained by our area, without a proper study to support that generic or plain packaging will indeed reduce tobacco consumption, would be tragic.

The mayor and I have issued letters to Shorewood Packaging. We do have copies of the letter, which we can leave with the committee if later you desire to review the details. Thank you.

J'ai demandé au Centre d'emploi du Canada quelle est l'incidence de la perte d'un emploi dans le secteur manufacturier. On m'a répondu que la création ou la perte d'un emploi influe sur trois autres. Par conséquent, la perte des 450 emplois à Smiths Falls et à Prescott équivaudrait à 1 350 emplois ailleurs, soit au total 1 800 emplois dans l'ensemble de la région. C'est considérable, quand on sait qu'il s'agit de petites collectivités.

Je me suis aussi informé auprès du Centre d'emploi de Smiths Falls. Au 8 avril, ce centre traitait 1 133 demandes de prestations ordinaires, provenant de personnes qui sont employables. Cela signifie que 9,48 p. 100 de la population en âge de travailler est actuellement en chômage.

J'ai aussi communiqué avec le gestionnaire de nos services sociaux, qui m'a appris qu'au 30 mars, dans la seule ville de Smiths Falls, 467 prestataires de l'assistance sociale étaient considérés comme employables. Ces personnes ne figurent pas sur les listes de chômeurs tenues par le Centre d'emploi du Canada. Elles représentent 8,54 p. 100 de plus de notre population employable et en âge de travailler.

Les deux groupes représentent effectivement 18,02 p. 100 de la main-d'œuvre employable. À mon avis, c'est considérable pour une petite région.

En outre, si les employés de Shorewood Packaging à Smiths Falls étaient congédiés, cela entraînerait une perte supplémentaire de 188 emplois, soit 3,43 p. 100 de plus. Nous en serions aux environs de 21 à 22 p. 100.

Chez Shorewood Packaging, le salaire moyen est de 42 000\$. C'est l'un des salaires les plus élevés dans notre collectivité, où le revenu moyen d'une famille de deux travailleurs ou plus est de 36 000\$ environ.

Notre région est déjà durement touchée par les avatars de l'économie mondiale et de la situation économique. À titre d'exemple, dans notre ville, par rapport à la taxation courante, les arriérés de taxe sont passés de 9,9 p. 100 en 1990 à 17,5 p. 100 en 1993. Cela illustre clairement la réalité économique de notre région: les particuliers et les entreprises ont du mal à payer leurs taxes. En ajoutant à ce fardeau, nous ne ferions que compliquer davantage la situation.

À l'instar de Shorewood Packaging, nous croyons qu'un emballage de bonne qualité n'augmente pas la consommation de tabac. Il a pour but de motiver les consommateurs pour qu'ils préfèrent une marque à une autre. En effet, un non-fumeur n'irait pas acheter un produit simplement parce qu'il a un bel emballage.

Pour terminer, je dirais qu'à notre avis il serait tragique d'aggraver les difficultés économiques qu'éprouve déjà notre région sans mener une étude appropriée attestant que l'emballage générique ou banalisé entraînera effectivement une baisse de la consommation de tabac.

Le maire et moi-même avons envoyé des lettres à Shorewood Packaging. Nous en avons des copies que je peux vous laisser plus tard si cela vous intéresse. Je vous remercie.

[Text]

Mr. Dave Paul (Economic Development Office, City of Brockville): Madam Chairman, initially I must clarify that I represent the mayor and council of the City of Brockville, the economic community of Brockville, which is manufacturing—and commerce-based, as well the chamber of commerce. They all passed resolutions.

In bringing up the issue, all indicated their concern about the help. I think that's been well established today by our spokesperson from Shorewood. But without the research and the statistics, in the end there came forth very strong support.

Our main concern, as Eric has very well indicated, is the economic impact. I won't reiterate all the numbers, but they are substantial: \$18.5 million, payroll; \$0.5 million, municipal taxes; indirect and induced jobs and so on; plus about 1,100 other jobs affected in eastern Ontario in the packaging industry.

In the past in Brockville we've seen the fluctuations of Black & Decker, Procter & Gamble, and Northern Telecom, where there have been major lay-offs. Although we don't have an input-output model to give you today, it does affect service stations and the closure of grocery stores over a period of time. When you get into 100-to-300-employee companies, we've seen the impact.

As you can all imagine, communities and economic development people have been very hard at work over the last few years retaining the wealth-creation industries we have in Canada. It's becoming very much an uphill battle. This company we're talking about today is a very strong wealth-creating company that is aligned to the engines of growth, and we want to see this company stay in our community.

We can provide a number of statistics, as Eric has indicated, to substantiate our serious concern about the economic impact of the loss of these industries, not just in Brockville or Smith Falls, but in Prescott as well.

There's also concern on the smuggling aspect. The Brockville-Thousand Islands area was once the capital of smuggling in Canada, during the prohibition, and we see that the plain packaging can also lead to increased smuggling. There are several factions that can reconfirm the point.

Many of our people with whom we brought this issue up remember the generic or plain package of the 1950s and they've asked the committee to review the impact of generic packaging in the 1950s and what impact it had at the time in terms of smokers. Many from another generation, out of my age group, seem to remember the roll-your-own cigarettes and the little package you used to get, with the little lighter, which had no name on it.

Finally, the image that is cast when a community starts losing its industries... As indicated earlier, we have worked hard to maintain a very positive image in our community. We've managed to escape the scars of the recession, and as such we've

[Translation]

M. Dave Paul (Bureau de développement économique, ville de Brockville): Madame la présidente, je tiens à préciser d'emblée que je représente le maire et le conseil municipal de Brockville, de même que le secteur des affaires—qui est essentiellement manufacturier et commercial—and la Chambre de commerce de la ville. Toutes ces structures ont adopté des résolutions.

En soulevant la question, elles ont exprimé leurs préoccupations. Je pense que le représentant de Shorewood l'a bien expliqué aujourd'hui. Les organismes que nous représentons soutiennent que, sans études et sans statistiques, l'emballage banalisé serait injustifié.

Comme Eric l'a très bien dit, nous nous préoccupons surtout de ses répercussions économiques. Je ne reprendrai pas tous les chiffres, mais ils sont éloquents: une masse salariale de 18,5 millions de dollars; des taxes municipales d'un demi-million de dollars; des emplois directs et indirects; et environ 1 100 emplois supplémentaires dans l'industrie de l'emballage dans l'Est de l'Ontario.

Par le passé, à Brockville, nous avons assisté aux heurs et malheurs de Black & Decker, Procter & Gamble et Northern Telecom, qui ont effectué des mises à pied considérables. Bien que nous n'ayons pas de chiffres précis à vous donner aujourd'hui sur les emplois créés et perdus, cette situation a entraîné la fermeture de stations-service et d'épiceries pendant un certain temps. Nous avons vu l'incidence des licenciements effectués dans les entreprises qui comptaient de 100 à 300 employés.

• 1050

Comme vous pouvez l'imaginer, les collectivités et les responsables du développement économique n'ont ménagé aucun effort au cours des dernières années pour conserver les entreprises canadiennes qui créent la richesse. Cela devient carrément un travail de titan. L'entreprise dont nous parlons aujourd'hui est très solide, crée de la richesse et est en pleine croissance, et nous voulons la conserver dans notre collectivité.

Comme Eric, nous pouvons vous donner un certain nombre de chiffres pour vous montrer à quel point nous sommes préoccupés par les répercussions économiques de la perte de ces industries, non seulement à Brockville ou à Smiths Falls, mais aussi à Prescott.

Nous sommes aussi préoccupés par la contrebande. La région de Brockville-Mille-Îles fut jadis la capitale de la contrebande au Canada—pendant la prohibition—and nous pensons que l'emballage neutre pourrait entraîner une augmentation de la contrebande. Plusieurs groupes peuvent vous le reconfirmer.

Bien des gens avec qui nous avons discuté de cette question se souviennent de l'emballage générique ou neutre des années 1950 et ont demandé au comité d'étudier l'incidence que cette mesure a eue à l'époque en ce qui concerne les fumeurs. Bien des gens d'une autre génération—la mienne—semblent se souvenir des cigarettes que l'on roulait soi-même, des petits emballages qui venaient avec un petit briquet et qui ne comportaient pas de nom.

Enfin, pensez à l'image que projette une collectivité qui commence à perdre ses industries... Comme nous l'avons déjà dit, nous travaillons d'arrache-pied pour que notre collectivité conserve une image très positive. Nous avons réussi à surmonter

[Texte]

[Traduction]

had a lot of new prospects looking at our community for economic growth, in manufacturing, small business, or tourism. We feel that it can mushroom if there's a series of closures and people start to get a negative image of the community.

les difficultés de la récession, et notre collectivité offre de nombreuses possibilités de croissance économique en ce qui concerne le secteur manufacturier, les petites entreprises ou le tourisme. Notre avenir peut être compromis s'il y a une série de fermetures et si les gens commencent à avoir une image négative de notre collectivité.

Also, from the standpoint of the support that Shorewood has provided to Brockville, it's been a quality company, very supportive socially and economically to the fabric of our community, and has supported a lot of fund-raising. We are now launching a \$40-million hospital consolidation in our community, and quite often—or in most cases—rely on the corporate community, the business community, and the help of our citizens to support such a major drive. Again, this would set us back in the health care facilities we need in our community.

De plus, la société Shorewood a beaucoup aidé Brockville; c'est une entreprise de qualité, qui a beaucoup contribué au développement social et économique de notre collectivité et à bien des campagnes de levée de fonds. Actuellement, nous sommes en train de lancer un projet de 40 millions de dollars portant sur la consolidation d'un hôpital, et très souvent—ou dans la plupart des cas—nous comptons sur les milieux d'affaires, c'est-à-dire sur les entreprises, et sur l'aide de nos citoyens pour mener à bien des initiatives aussi importantes. Une fois de plus, ce projet nous permettra de nous doter des installations de santé dont la collectivité a besoin.

So those are some of the points. Again, the facts that have been documented are enclosed in the actual presentation to you. I thank you for the time you've provided us to speak on this issue.

Voilà donc certaines de nos préoccupations. Une fois de plus, nous avons mentionné tout cela dans le mémoire qui vous a été remis. Je vous remercie de nous avoir donné l'occasion d'intervenir sur cette question.

Mr. Shea: Are there any specific questions we could respond to?

Mr. de Savoye (Portneuf): I would recommend that you get the translation.

Monsieur Shea, j'ai apprécié vos propos et je suis certain que tous les membres du Comité ont beaucoup de considération pour les travailleurs et les travailleuses de votre entreprise.

M. Shea: Avez-vous des questions à nous poser?

M. de Savoye (Portneuf): Veuillez vous brancher sur l'interprétation.

Mr. Shea, I appreciated your comments and I am certain that all members of the committee sympathize greatly with your workers.

Si j'ai bien compris, votre entreprise est spécialisée dans l'emballage haute technologie, et la rotogravure est le procédé que vous utilisez pour assurer à cet emballage une absence d'odeur et les autres qualités nécessaires à l'emballage du tabac. Ceci m'amène à une première constatation. Si je comprends bien encore, la rotogravure est un procédé qui est principalement utilisé pour l'emballage des produits du tabac. Est-ce exacte?

If I am not mistaken, your company specializes in high-tech packaging, and rotogravure is the process that you use to eliminate odour and preserve the other qualities that are necessary in tobacco packaging. This leads me to my first question. Again, if I am not mistaken, rotogravure is a process that is mainly used for tobacco product packaging. Is that right?

Mr. Shea: That's correct.

M. Shea: C'est exact.

Mr. de Savoye: Cela m'amène à constater que votre entreprise est à la remorque de l'industrie du tabac et, d'une certaine manière, a tous ses œufs dans le même panier; par conséquent, elle est extrêmement vulnérable aux aléas qui peuvent affecter l'industrie du tabac.

Mr. de Savoye: This leads me to say that your company relies on the tobacco industry and that, to a certain extent, it has all its eggs in the same basket; therefore, it is extremely vulnerable to circumstances that could effect the tobacco industry.

Mr. Shea: That's correct.

Mr. Shea: C'est exact.

Mr. de Savoye: Éventuellement, en bon gestionnaire, ne croyez-vous pas qu'il serait prudent de diversifier? Je comprends que vous tentez de le faire, peut-être même de convertir votre entreprise pour aller chercher d'autres marchés et, de cette manière protéger les emplois de ces travailleurs et de ces travailleuses de votre industrie.

Mr. de Savoye: Eventually, as a good manager, don't you think it would be prudent to diversify? I understand you are trying to do so, and maybe to convert your company in order to look for more markets and, therefore, protect the jobs of those workers in your industry.

• 1055

Mr. Shea: I appreciate what you said. There's no question we are constantly looking at the market to try to change the situation, but gravure packaging is very expensive.

Mr. Shea: Je comprends ce que vous dites. Évidemment, nous étudions constamment le marché pour essayer de changer la situation, mais la production d'emballages par rotogravure est très coûteuse.

Perhaps I can give you a quick lesson. Cylinders to obtain the colour fidelity from a gravure that you don't get in other methods of printing are about \$2,000 each. A lithographic plate that does the same thing is about \$150. So the majority of

Je vais vous donner rapidement un exemple. Les cylindres qui permettent d'obtenir des couleurs exactes uniquement par rotogravure coûtent environ 2 000\$ chacun. Une plaque offset qui fait le même travail coûte environ 150\$. Par conséquent, la

[Text]

packaging in Canada, including the type of food of packaging you see generally in grocery stores, is done by lithography. There's another reason for it. The runs are not long enough to warrant the cost of those expensive cylinders.

Our interest in searching out other opportunities is part of an ongoing program. We have exhausted most of our efforts to find the length of run that would warrant that kind of business in Canada. We are aggressively pursuing opportunities in the United States and we are looking at lines other than tobacco. You are aware, however, that tobacco is still a major product line internationally. Where Canada and the United States are showing a constant decline of about 2% per year in tobacco consumption, the rest of the world is increasing at the rate of about 5% per annum.

We are selling export packaging in the Caribbean and Latin America. We've made sales in the Middle East. We've been searching out these areas so that Canada can market an expertise we developed in Canada, for the betterment of our company, our employees and also for the country. Canada is an exporting country and we're out searching for export business. There's business out there.

Whereas there will continue to be a decline in the sales of tobacco in Canada, increases in our exports will compensate for it. I can see a time when this will eventually happen. I mentioned to you that ten years ago we didn't export one package. Today it's 25% of our business. I think that's pretty fair progress. We had to do that because of the decline in the consumption of Canadian tobacco.

So we are trying to sell Canadian expertise world-wide. At the present time, however, 65% of our operating base is here in Canada. If it declined overnight we would have to move, because there's no call for these multicoloured presses. We couldn't continue to operate on the basis of 25% being exported. They're far too expensive pieces of equipment. There are far less costly pieces. We could probably service them from one of our U.S. plants with one-or two-colour presses to do the same thing, to handle the one-or two-colour generic packaging that is being suggested.

Mr. de Savoye: If I understand you well, Mr. Shea, if it wasn't for the tobacco industry, the rotogravure method would not exist.

Mr. Shea: As far as Canada is concerned, no. I would say the majority of business, even in the United States, is run on rotogravure, excluding the print media. The print media still use some gravure. Gravure is a world-wide process that's been... From a packaging standpoint, I would certainly say the majority of gravures used in North America for packaging are used in the tobacco industry.

Mr. de Savoye: On the military side some businesses will have to convert to other activities due to a lack of new orders.

Mr. Shea: Yes.

[Translation]

plupart des emballages produits au Canada, y compris ceux des produits alimentaires que l'on voit généralement dans les épiceries, sont fabriqués par lithographie. Il y a une autre raison à cela. Le tirage n'est pas assez long pour justifier le coût de ces cylindres.

Notre volonté de diversifier fait partie d'un plan en cours. Nous sommes presque au bout de nos efforts visant à trouver la longueur de tirage qui justifierait ce genre d'activités au Canada. Nous recherchons agressivement des possibilités aux États-Unis, et nous visons des produits autres que le tabac. Vous savez cependant que le tabac demeure une importante gamme de produits sur le marché international. Tandis qu'au Canada et aux États-Unis la consommation de tabac diminue constamment d'environ 2 p. 100 par année, elle augmente de près de 5 p. 100 dans le reste du monde.

Nous exportons des emballages vers les Antilles et l'Amérique latine. Nous en avons vendu au Moyen-Orient. Nous cherchons des débouchés pour que le Canada puisse commercialiser un savoir-faire que nous avons développé ici pour améliorer la situation de notre compagnie, de nos employés et de notre pays. Le Canada est un pays exportateur, et nous cherchons des marchés d'exportation. Les débouchés existent.

Même si les ventes de tabac diminuent au Canada, nous allons compenser ce manque à gagner en augmentant nos exportations. Je suis sûr que nous réussirons. Je vous ai dit qu'il y a dix ans, nous n'exportions absolument rien. Aujourd'hui, les exportations représentent 25 p. 100 de nos ventes. Je pense que c'est un progrès appréciable. Nous avons dû le faire à cause du déclin de la consommation de tabac au Canada.

Nous essayons donc de vendre le savoir-faire canadien dans le monde entier. Toutefois, 65 p. 100 de nos activités s'effectuent ici au Canada. Si cette proportion devait diminuer du jour au lendemain, nous serions obligés de déménager, car nos presses multicolores seraient inutiles. Nous ne pourrions pas continuer à fonctionner pour l'exportation, qui représente 25 p. 100 de notre production actuelle. Nos équipements coûtent excessivement cher. Il existe des presses qui sont beaucoup moins coûteuses. Nous pourrions probablement les utiliser dans l'une de nos usines des États-Unis, avec des presses à une ou deux couleurs pour faire la même chose, c'est-à-dire pour imprimer les emballages génériques à une ou deux couleur que l'on est en train de proposer.

Mr. de Savoye: Si je vous ai bien compris, monsieur Shea, si ce n'était de l'industrie du tabac, la rotogravure n'existerait pas.

Mr. Shea: C'est exact en ce qui concerne le Canada. Je dirais que la plupart des travaux d'impression, même aux États-Unis, sont faits par rotogravure, sauf les journaux, qui utilisent encore la gravure. Celle-ci est un procédé connu dans le monde entier et qui a été... Pour ce qui est de l'emballage, je dirais certainement que la plupart des gravures utilisées en Amérique du Nord le sont dans l'industrie du tabac.

Mr. de Savoye: Dans le secteur de la défense, certaines entreprises devront se convertir à d'autres activités parce qu'elles n'ont plus de nouvelles commandes.

Mr. Shea: En effet.

[Texte]

[Traduction]

Mr. de Savoye: Without prejudging the eventual decision of this committee or the decision of the House, if plain packaging would eventually become law, what opportunities are available to convert your enterprise into something else in order to keep up the level of employment?

• 1100

Mr. Shea: We could not maintain the operations as they are. We would move the equipment where the market is. The market is elsewhere in the world and that is where we're trying to generate business.

As far as trying to make them survive, we might be able to come up with... We would have to invest in less expensive equipment, but we do have that equipment in some of our operations in the United States. With the existence of free trade we can move cartons back and forth across the border.

We would probably move to supplying the Canadian market from the U.S.A., bearing in mind that we don't anticipate losing our market position. We will still be a supplier to the tobacco business, but we will do it from someplace else, because the equipment that is needed for one or two colours doesn't exist here; it exists somewhere else.

M. de Savoye: Donc, si je vous comprends bien, votre entreprise préférerait se déplacer vers les États-Unis plutôt que d'envisager une conversion de ses activités, ici au Canada. Je vous remercie, monsieur Shea.

Mr. Shea: I'm sorry, that's not exactly what I said.

Mr. de Savoye: Could you correct yourself?

Mr. Shea: No. If I understood what you said, we would prefer to move to the United States than to try to maintain business here. Is that what you're saying?

Mr. de Savoye: You anticipate you'll have to move to the States rather—

Mr. Shea: I would anticipate, no question I would.

Mr. de Savoye: —than converting your organization up here.

Mr. Shea: It would be a very costly process to do that, sir, to convert this operation here to new equipment.

Mr. de Savoye: Thank you.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): Mr. Szabo.

Mr. Szabo (Mississauga South): Gentlemen, I don't think anybody is going to dispute your hypothesis about what might happen. There's no question it's going to put pressure on businesses, not just yours. There is a moral and an ethical question. You even acknowledge that.

Mr. Shea: Absolutely.

Mr. Szabo: So we have to find some sort of balance.

I do want to pursue a couple of things, because sometimes things are said that are a little distracting.

First, you describe the rotogravure method in your presentation as one used to reduce taint and odour. I assume that is extremely important in a consumable product so that you don't get the transfer of those smells.

M. de Savoye: Sans préjuger de la décision finale que prendra ce comité ou la Chambre des communes, si l'on finissait par adopter une loi imposant l'emballage neutre, pourriez-vous convertir votre entreprise à d'autres activités afin de maintenir les emplois existants?

M. Shea: Nous ne le pourrions pas. Nous déménagerions l'équipement vers les marchés. Ces derniers sont ailleurs dans le monde, et c'est là que nous essayons de trouver des clients.

Afin d'aider nos employés à survivre, nous pourrions trouver... Il faudrait que nous achetions des équipements moins coûteux, mais nous en avons dans certaines de nos usines aux États-Unis. Grâce au libre-échange, nous pouvons les transporter des États-Unis au Canada, et vice versa.

Nous déciderions probablement d'approvisionner le marché canadien à partir des États-Unis, car nous ne prévoyons pas de perdre notre part du marché. Nous allons continuer à fournir des emballages aux fabricants de cigarettes, mais nous le ferons à partir d'ailleurs, car l'équipement nécessaire pour imprimer une ou deux couleurs n'existe ici. Il existe ailleurs.

M. de Savoye: So, if I understand you well, your company would rather move to the United States than consider a conversion of its activities here in Canada. Thank you, Mr. Shea.

M. Shea: Je suis désolé, ce n'est pas exactement ce que j'ai dit.

M. de Savoye: Pourriez-vous corriger ce que vous avez dit?

M. Shea: Non. Si je vous ai bien compris, nous préférerions déménager aux États-Unis plutôt que d'essayer de maintenir nos activités ici. Est-ce bien ce que vous avez dit?

M. de Savoye: Vous prévoyez de déménager aux États-Unis plutôt...

M. Shea: Je le prévois assurément.

M. de Savoye: ...que de convertir votre société ici.

M. Shea: Monsieur, il serait très coûteux de convertir nos activités ici avec de nouveaux équipements.

M. de Savoye: Je vous remercie.

La vice-présidente (Mme Picard): Monsieur Szabo.

M. Szabo (Mississauga-Sud): Messieurs, je ne pense pas que quelqu'un puisse contester votre hypothèse quant à ce qui pourrait se passer. Il est évident que l'emballage neutre exercerait des pressions sur les entreprises, mais pas seulement sur la vôtre. Cela pose une question morale et éthique. Vous l'avez même reconnu.

M. Shea: Absolument.

M. Szabo: Nous devons donc trouver un certain équilibre.

Je voudrais aborder un certain nombre de points, car parfois nous disons des choses qui nous éloignent du sujet.

Tout d'abord, dans votre mémoire, vous avez dit que la rotogravure permettait de réduire les odeurs et la décomposition. En ce qui concerne les produits de consommation, il est extrêmement important d'éviter la propagation de ces odeurs.

[Text]

Mr. Shea: The two most seriously affected products on the market for taint and odour are chocolate and tobacco.

Mr. Szabo: Okay. Now, having said that, with due respect, I must point out that you didn't mention anything about multicolour. I can only assume that even if you went to one-colour printing, you would continue to have the problem of transfer of odours and you would still need some specialized process, would you not?

Mr. Shea: Our intention would be to still stay with the gravure process but on smaller presses that do exist in the U.S. in our operations there.

Mr. Szabo: Okay. My second question is whether you are a unionized company.

Mr. Shea: Our Smiths Falls operation is unionized and our Brockville operation is non-union.

Mr. Szabo: Brockville is non-union. I refer you to the statistics on page 3 of your report. I looked at it because Mr. Paul had mentioned that the average salary was about \$42,000. If you look at Smiths Falls, indeed it does calculate out to be an average of \$42,000. Brockville calculates out to be \$48,000. Why is there this difference?

Mr. Prinzen: I'd like to comment on that issue. Really it has to do with the mix of employees. We operate the businesses effectively as one firm, but the Brockville facility is "head office." We carry the bulk of our administrative group in Brockville. The mix of overheads related to the business and sustaining the business is carried in Brockville. So you see a weighting there and certainly also a degree of difference as well in the employment base.

Mr. Szabo: Okay. One of the points that was made was that there was a multiplier effect on job loss. If I created one more job in Brockville, would I get two other jobs created as a by-product of that? Is that what you're saying?

Mr. Stille: Theoretically.

Mr. Szabo: Theoretically. So in Canada, all we have to do is generate 500,000 jobs and we're going to deal with the entire unemployment situation. It's that simple. I knew there was a simple solution to this problem.

[Translation]

M. Shea: Sur le marché, les produits les plus susceptibles de décomposition et d'odeur sont le chocolat et le tabac.

M. Szabo: Très bien. Cela dit, et sauf votre respect, je dois signaler que vous n'avez rien dit au sujet de la multiplicité des couleurs. Je peux seulement présumer que même si l'on adoptait l'impression à une couleur vous continueriez à faire face au transfert d'odeurs et vous auriez toujours besoin d'un procédé spécialisé, n'est-ce pas?

M. Shea: Nous conserverions le procédé de gravure, mais sur les presses plus petites que nous avons dans nos usines aux États-Unis.

M. Szabo: Très bien. Ma deuxième question est de savoir si vos employés sont syndiqués.

M. Shea: Ils le sont à Smiths Falls, mais pas à Brockville.

M. Szabo: Ceux de Brockville ne sont donc pas syndiqués. Je vous renvoie aux statistiques qui figurent à la page 3 de votre rapport. Je les ai lues parce que M. Paul a dit que le salaire moyen était d'environ 42 000\$. En ce qui concerne l'usine de Smiths Falls, ce chiffre est exact. À Brockville, le salaire moyen est plutôt de 48 000\$. Pourquoi cette différence?

M. Prinzen: Permettez-moi d'intervenir ici. Cette différence est due au type d'employés que nous avons. Les deux usines sont exploitées conjointement, mais celle de Brockville joue le rôle de «siège social». C'est là que travaillent la plupart de nos employés administratifs. En effet, les dépenses relatives à la gestion et à la commercialisation sont effectuées à Brockville. Par conséquent, les deux usines sont un peu différentes, de même que les gens qui y travaillent.

M. Szabo: Très bien. Vous avez aussi parlé de l'effet multiplicateur des pertes d'emplois. Si je créais un emploi supplémentaire à Brockville, cela entraînerait-il la création de deux autres emplois? Est-ce bien ce que vous avez dit?

M. Stille: Théoriquement.

M. Szabo: Théoriquement. Donc, au Canada, il suffirait de créer 500 000 emplois pour régler définitivement le problème du chômage. C'est aussi simple que cela. Je savais qu'il existait une solution simple à ce problème.

• 1105

My final question really is the critical question I wanted to ask. You have made an assertion here, and I want to ask, in reverse: if you wanted to increase tobacco consumption—new market—what would you do to do that? What approach would you use as a tobacco company to increase consumption?

Mr. Shea: I don't think tobacco companies are trying to increase consumption. What they try to do, sir, is win market position.

Mr. Szabo: Okay, you're not answering the question, and I understand why. But let me give you an example: kiddie packs.

Mr. Shea: Yes.

Ma dernière question est la plus cruciale, pour moi. Vous avez affirmé ne pas vouloir faire croître la consommation de tabac ni vous approprier de nouveaux marchés; mais si vous le vouliez au contraire, que feriez-vous? Autrement dit, que ferait l'industrie du tabac pour faire mousser la consommation?

M. Shea: Je ne crois pas que les fabricants de cigarettes tentent de faire augmenter la consommation. Ce qu'ils essaient de faire, par contre, c'est de prendre une plus grande part du marché.

M. Szabo: D'accord, je comprends pourquoi vous ne pouvez pas répondre à ma question. Laissez-moi vous donner un exemple, celui des mini-paquets.

M. Shea: Oui.

[Texte]

Mr. Szabo: Do you think kiddie packs were an attempt to expand the market?

Mr. Shea: No, sir, I believe it was—

Mr. Szabo: Okay, we will disagree on that.

Do you have any evidence at all to support your statement that changes in package design are done to encourage consumers to switch brands but do not increase consumption? Do you have any authoritative support for that statement?

Mr. Shea: I think when the packaging association makes its submission you'll find there is information to that effect.

Mr. Szabo: Now, you've basically suggested there are guesses and wishes in here. Do you not concede that this is also your guess and wish?

Mr. Shea: In my years in this business there haven't been major switches in various commodities. There have been major switches in brands, with one company losing and the other company gaining. I think if you look at cigarette consumption, in particular over the last 20 years, you will see there has been a steady decline. I don't have these facts to be precise, but Imperial Tobacco probably enjoys about 67% of the market. They didn't used to.

Mr. Szabo: Do you know why the companies have gone to slimmer, softer-coloured packages with more scrollwork, etc.? Do you think that's an attempt to go after market share as opposed to new smokers?

Mr. Shea: Absolutely.

Mr. Prizen: Let me interject a comment related to Mr. Szabo's comment about brand switching. It's apparent that these are all considerations for evaluation. The key point we underscore is clearly the notion that we find ourselves today not presented with any evidence, empirical studies, to support a linkage.

Furthermore, as has been passed around the room as well, we see a legislative effort to encourage the education element, which we certainly agree is a critical element, and I suspect you as a group do as well, to effect the decline in packaging.

It is not our intention, nor is it within our ability, to present studies to support the contrary. Our point here is simply to suggest that there is an evaluation process and a further study effort that needs to be conducted to be sure we find a linkage. Before we consider any sort of economic impact and other related sensitivities, and the company here representing the city underscoring the smuggling concerns and so forth, we have to know there are actually relationships and some sort of study to support that.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): Madam Ur.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): I would like to address a few issues. I can appreciate your concerns regarding job losses within your communities should plain packaging come into being. However, this committee has been asked to review not the job losses but the health issues and young people being attracted to smoking because of plain packaging, etc.

[Traduction]

M. Szabo: D'après vous, a-t-on mis sur le marché les mini-paquets dans le but de s'en approprier une plus grande part?

M. Shea: Non, je crois que...

M. Szabo: Eh bien, nous ne sommes pas du même avis.

Pouvez-vous au moins étayer votre affirmation selon laquelle les modifications apportées au paquet de cigarettes visent à encourager les consommateurs à changer de marque, mais n'encouragent pas la consommation? Pouvez-vous nous fournir des preuves à l'appui?

M. Shea: Je pense que c'est ce que vous dira l'association des fabricants d'emballages, lorsqu'elle comparaitra.

M. Szabo: Vous avez parlé plus tôt de suppositions et de désirs. Pourquoi n'admettriez-vous pas qu'il s'agit ici aussi de vos suppositions et de vos désirs?

M. Shea: Depuis que je travaille dans ce domaine, je n'ai pas constaté de grandes variations dans le comportement du consommateur. Bien sûr, le consommateur peut toujours changer de marque de cigarettes, de sorte qu'il y a des gagnants et des perdants dans les fabricants de cigarettes. Mais si vous regardez l'évolution de la consommation de cigarettes, au fil des vingt dernières années, vous voyez que cette consommation a connu une baisse constante. Je n'ai pas de chiffres sous les yeux, mais je dirais qu'Imperial Tobacco a réussi à aller chercher environ 67 p. 100 du marché, alors qu'elle en avait beaucoup moins.

M. Szabo: Pourquoi les fabricants sont-ils passés à des paquets plus minces, aux couleurs plus douces et aux motifs en volutes? D'après vous, est-ce pour pouvoir s'approprier une plus grande part du marché plutôt que pour aller chercher de nouveaux adeptes?

M. Shea: Absolument.

M. Prizen: Laissez-moi intervenir au sujet du changement de marque. Il est évident qu'il faut évaluer tous ces facteurs. Mais ce que nous essayons de vous faire comprendre, c'est qu'il n'y a aujourd'hui aucune étude empirique qui vienne étayer l'existence d'un lien entre les deux.

En outre, comme nous l'avons vu, vous essayez par des mesures législatives d'informer la population, et les efforts que vous déployez en ce sens ont sans doute un lien avec la précarisation de l'industrie de l'emballage.

Nous n'avons ni l'intention ni les moyens de présenter des études à l'appui du contraire. Nous voulons simplement vous convaincre de la nécessité d'évaluer et d'étudier plus à fond la situation avant de conclure au lien de cause à effet. Avant de parler de l'incidence économique et des autres retombées possibles, comme l'ont fait les représentants municipaux au sujet de la contrebande, notamment, il faut prouver qu'il existe un lien direct entre la consommation et l'emballage et étayer cette affirmation par des chiffres.

La vice-présidente (Mme Picard): Madame Ur.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): J'aimerais aborder quelques sujets. Je comprends que vous vous inquiétez des pertes d'emplois que provoquera éventuellement l'adoption de l'emballage banalisé. Toutefois, notre comité n'a pas à revoir la situation de l'emploi, mais doit plutôt se préoccuper de la santé en général, et de celle des jeunes tout particulièrement, qui sont attirés par les emballages attrayants, etc.

[Text]

You were saying that your method, rotogravure, is available in Canada but not in the U.S.?

Mr. Shea: Oh, yes, it's available in the United States, absolutely.

Mrs. Ur: If it's in Canada as well as the U.S., why would you be switching?

Mr. Shea: Basically, we're moving to the markets we're exporting to when we say we're going to do that.

Mrs. Ur: Why can't you export from Canada then?

Mr. Shea: We could spread the equipment into different areas, like one machine here and one machine there, and things like that. Only 25% of our business is export, but if we felt we could turn around and develop further business on an export basis, we would take those pieces of equipment and move them to the various areas in the world that would make the best use of them.

• 1110

Mrs. Ur: But why can't you export to those same markets from Canada as well as the U.S.? What is the difference?

Mr. Shea: No, I'm not saying I'll move them to the United States. We might move one or two down there because we're doing some U.S. business up here that we could do down there just as easily, but the other pieces of equipment we'd start moving to different parts of the world that we are also exporting to, the Caribbean, Latin America, South America.

Mrs. Ur: What other products have you looked at regarding this high-tech printing, and what other markets have you—the 25%, where are you marketing this kind of product?

Mr. Shea: The 25%? It's strictly tobacco.

Mrs. Ur: Just always cigarettes?

Mr. Shea: That's cigarette packaging.

Mrs. Ur: Then you said you were looking at alternatives.

Mr. Shea: We have some other alternatives we've been looking at. We've even been addressing some business with Hershey across the street as to whether we can... But one of the problems with most consumer products is the cost. I'm sure you do your shopping and you'll see the little flashes that say there's a deal this week on Tide or whatever the product might be. The cost of changing that design every time they make a run is very high and the cost of gravure to do that kind of business is exorbitantly high.

Mrs. Ur: Did you do any study when all these new colours and new alternatives were added, like the slim packages, the added colours and the visual effects? Was there a study done within your company as to how much more business was generated with that new approach?

Mr. Shea: Actually, there has not been any new business generated in the last ten years in our company. In the Canadian tobacco business it's been on a decline.

Mrs. Ur: Right, so what advantage is it then to use the system?

[Translation]

Vous dites que le procédé de la rotogravure est utilisé au Canada, mais pas aux États-Unis?

Mr. Shea: Si, il est aussi utilisé aux États-Unis.

Mme Ur: Dans ce cas, s'il est utilisé au Canada et aux États-Unis, pourquoi déménageriez-vous?

Mr. Shea: Il s'agirait de nous installer dans les marchés vers lesquels nous exportons actuellement.

Mme Ur: Pourquoi ne pas exporter à partir du Canada?

Mr. Shea: Nous pourrions séparer les machines et les répartir dans différentes usines, par exemple. Nos exportations ne représentent que 25 p. 100 de notre chiffre d'affaires, mais si nous avions l'impression que nous pouvions augmenter la part que représentent nos exportations, nous pourrions toujours transporter nos machines ailleurs dans le monde, là où elles seraient rentabilisées.

Mme Ur: Pourquoi ne pas desservir ces mêmes marchés ainsi que les États-Unis à partir du Canada? Quelle différence cela ferait-il?

Mr. Shea: Je ne dis pas que nous allons transporter toutes nos machines aux États-Unis. Nous pourrions en déplacer une ou deux seulement pour desservir le marché américain, que nous approvisionnons pour l'instant du Canada, mais nous pourrions envoyer nos autres machines là où nous avons actuellement des marchés d'exportation, comme aux Antilles, en Amérique latine, en Amérique du Sud.

Mme Ur: Quels sont les autres produits que vous imprimez grâce à vos techniques de pointe, et quels sont vos autres marchés? Quels sont les produits que représente cette part de 25 p. 100 du marché?

Mr. Shea: Ce sont strictement des produits du tabac.

Mme Ur: Uniquement des cigarettes?

Mr. Shea: Uniquement des paquets de cigarettes.

Mme Ur: Mais vous disiez avoir envisagé d'autres marchés.

Mr. Shea: En effet, nous en avons envisagé. Nous nous sommes même adressés à nos voisins, Hershey, pour savoir si... Mais comme pour la plupart des produits de consommation, c'est le coût qui fait problème. La dernière fois que vous êtes allée faire votre épicerie, vous avez certainement remarqué les petits clignotants qui vous signalaient les produits en réclame pour la semaine. Mais sachez que s'il faut modifier le dessin chaque fois que l'on fait le tirage pour un nouveau produit, cela coûte très cher, et le coût de la gravure devient exorbitant.

Mme Ur: Lorsque vous avez ajouté les nouvelles couleurs et les effets visuels et lancé les paquets minces, avez-vous fait votre propre étude pour essayer de déterminer si ces nouveautés avaient fait grimper votre chiffre d'affaires?

Mr. Shea: En fait, nous ne faisons pas plus d'affaires chez nous qu'il y a 10 ans. L'industrie du tabac au Canada a connu un déclin constant.

Mme Ur: Dans ce cas, à quoi cela sert-il d'utiliser le système?

[Texte]

Mr. Shea: It's an opportunity for one company to believe they can win some of the market share that another company has. It may increase their product line, but somebody else's product line decreases.

Mrs. Ur: Should this plain packaging come in, would your company be able to retool itself to accommodate plain packaging?

Mr. Shea: I doubt we would do that. We have equipment in the United States, smaller units than the type we have here in Canada, and we could turn around and just start running for Canada down there.

Mrs. Ur: If you're a family company, why couldn't you move those machines up here and exchange?

Mr. Shea: You know, business is business and economics, and we have a use for them down there as well we have here, so we can better utilize the assets. Why go to the cost of moving?

Mrs. Ur: How many other companies are there that do the same job your company is doing?

Mr. Shea: In Canada?

Mrs. Ur: Yes.

Mr. Shea: There are two.

Mrs. Ur: There are two.

Mr. Shea: Two more.

Mrs. Ur: Two more? And what share of the market do you perceive you have?

Mr. Shea: We have approximately 67% to 70% of the market.

Mrs. Ur: Where are those other companies situated?

Mr. Shea: One company is located in Montreal and the other one is in Mississauga.

Mrs. Ur: Just in conclusion, I think perhaps the education part and the cost factor seem to be more of an impact. I think perhaps we should be waiting too for Bill C-51 to see the impact on that. But I find you've given a presentation here that's not really addressing what we're looking at. You're looking at the job factor, which is of interest to us as well, of course, but it's certainly a difficult choice to make.

Mr. Shea: I guess I'll ask you a question. Do you know of any studies we're not aware of that say young people buy cigarette packages because of the design? I remember when I started smoking—and I'm sure there are other people in this room—I don't remember buying a package of cigarettes. I recall the first cigarette I got one of my peers gave me, and whatever he happened to be smoking probably is the first pack I ever bought. I think there's a major concern about the young people smoking, but I think there are also some statistics that show you that once they reach a certain age there's a great decline in the number of smokers. Young people will be young people and I believe they're going to try it.

Mrs. Ur: I'm a non-smoker, so it wouldn't matter what kind of package you made. It's my choice not to smoke. It's not the packaging.

[Traduction]

M. Shea: Cela permet à une compagnie d'espérer faire des gains sur le marché et de s'accaparer la part d'une autre. Si je parviens à me faire une plus grande place, c'est quelqu'un d'autre qui y perd.

Mme Ur: Si l'on banalisaient les emballages, votre compagnie pourrait-elle se réoutiller pour survivre?

M. Shea: Je doute que nous le fassions. Comme nous avons aux États-Unis de l'équipement réparti en plus petites unités qu'au Canada, il nous suffirait d'aller nous installer là-bas et d'exporter au Canada.

Mme Ur: Puisque vous êtes une entreprise familiale, pourquoi ne pas faire l'inverse et faire venir ici vos machines des États-Unis?

M. Shea: Les affaires sont les affaires, et c'est une question d'économies. Si nous pouvons rentabiliser nos machines aux États-Unis tout en préservant celles que nous avons ici, c'est-à-dire si nous pouvons rentabiliser tous nos biens, pourquoi alors nous donnerions-nous la peine de déménager?

Mme Ur: Combien d'autres entreprises font la même chose que vous?

M. Shea: Au Canada?

Mme Ur: Oui.

M. Shea: Il y en a deux.

Mme Ur: Deux.

M. Shea: Deux autres.

Mme Ur: Deux autres? Et quelle est votre part du marché à vous?

M. Shea: Nous représentons environ 70 p. 100 du marché.

Mme Ur: Où sont situées ces autres entreprises?

M. Shea: L'une d'entre elles est à Montréal et l'autre à Mississauga.

Mme Ur: Je dirai en guise de conclusion que, d'après moi, le facteur éducation et le facteur coût semblent être les plus importants. Nous devrions sans doute attendre de voir quel effet aura le projet de loi C-51. Je ne crois pas, toutefois, que vous ayez vraiment répondu à la question que se pose notre comité. Vous vous inquiétez des pertes d'emplois, et cela nous touche tous, évidemment, mais nous avons un choix difficile à faire.

M. Shea: Puis-je vous poser une question? Auriez-vous eu vent d'études que nous ne connaîtrions pas et qui établiraient que les jeunes achètent des paquets de cigarettes en fonction de leur apparence? Je me souviens que le jour où j'ai commencé à fumer—and je suis sûr que je ne suis pas le seul ici—je n'ai pas acheté de paquet de cigarettes. J'ai tout simplement fumé la cigarette que me tendait un copain, peu importe la marque, et c'est cette marque-là que j'ai ensuite achetée. On a raison de s'inquiéter de la santé des jeunes qui fument, mais les chiffres prouvent aussi que passé un certain âge le nombre de fumeurs décroît considérablement. Les jeunes gens ne changeront pas, et il y a de fortes chances qu'ils fassent l'essai de la cigarette.

Mme Ur: Pour ma part, c'est par choix que je ne fume pas, de sorte que votre emballage—si beau soit-il—n'y changera rien.

[Text]

Mr. Shea: You're absolutely right.

Mrs. Ur: That's my opinion on that.

Mr. Shea: That is the point. The package has never caused anybody to buy something they didn't want.

La vice-présidente (Mme Picard): Je suis désolée, mais je vous demanderais d'écouter vos questions et vos réponses parce que le temps file et on doit encore entendre cinq ou six personnes. Il faudrait terminer pour 11h30.

Donc, je donne la parole à M. Scott.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): First of all, I think it should be understood that we're pursuing different objectives. I don't think that should be on the table. We're trying to reduce consumption and that would reduce your business, and you're in business.

There has been a lot of focus on youth and on trying to prevent entry into tobacco consumption. If tobacco companies are spending lots of money trying to attract smokers from other products, they're in business and they're not spending that money for no reason. They must believe they're having some success in redesigning their packages.

If there's a positive effect from packaging and the big campaigns around race cars and all kinds of things, then there must also be an inverse effect. If you didn't do those things, if you didn't hold out that positive image, you would reduce consumption, not just among entry people but also among switchers. Clearly, they're spending all this money for some reason.

You've also talked about the loss of jobs and told us that if this were to happen, you would do what you do in the U.S. and export packages to Canada. If plain packaging were instituted, presumably you wouldn't need a high tech process to do this. There are probably competitors in Canada who don't have the high-tech capability.

Mr. Shea: Right.

Mr. Scott: But they would then be competing with you and therefore might have some advantage. You may wish to be able to export non-high-tech products into Canada, but you may not be able to compete with local manufacturers who don't have your high-tech capacity right now.

Mr. Shea: A package is more than just the printing. It is also the method of cutting and creasing a package so that it will run on equipment at 400 packs a minute or whatever. The expertise goes beyond printing.

Mr. Scott: Once you get out of the need for your particular sophisticated process, the competition grows.

Mr. Shea: That's only in the printing side.

Mr. Scott: I agree, but more people will be able to service this market in a—

[Translation]

M. Shea: Vous avez tout à fait raison.

Mme Ur: Voilà ce que j'en pense.

M. Shea: C'est justement ce que j'essaie de vous faire comprendre: si vous ne voulez pas acheter un produit, ce n'est pas l'emballage qui vous fera changer d'avis.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): I am sorry, but I have to ask you to put shorter questions and to give shorter answers, because time flies, and we still have to hear five or six witnesses. Moreover, we have to be gone by 11:30.

Mr. Scott has the floor.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Tout d'abord, soyons clairs: vous et nous poursuivons des objectifs différents, mais cela ne devrait pas nous empêcher de discuter. Nous tentons, pour notre part, de réduire la consommation de cigarettes, ce qui, partant, devrait faire baisser votre chiffre d'affaires.

On a beaucoup parlé des jeunes et surtout d'essayer de les empêcher de fumer. Si les fabricants de cigarettes dépensent de l'argent pour attirer les fumeurs, c'est parce qu'ils sentent que cela peut-être rentable, sans quoi ils ne dépenserait pas autant simplement pour le plaisir de redessiner leurs emballages.

Si les fabricants de cigarettes décident d'opter pour un emballage plus attrayant et de commanditer des événements sportifs comme les courses automobiles, c'est parce que cela leur rapporte, mais il doit aussi sûrement y avoir un effet contraire. En effet, s'ils ne faisaient pas cela, s'ils ne projetaient pas une image aussi favorable, la consommation de tabac diminuerait non seulement chez les nouveaux fumeurs, mais aussi chez ceux qui changent de marque. Après tout, on ne dépense certainement pas autant d'argent uniquement pour le plaisir.

Vous nous avez mentionné la menace des pertes d'emplois et expliqué que vous pourriez toujours vous installer aux États-Unis et exporter vos emballages vers le Canada. Je suppose que si l'on banalisaient les paquets de cigarettes, vous n'auriez pas besoin de machines à la fine pointe de la technologie pour imprimer vos paquets. Certains de vos concurrents canadiens qui ne sont pas aussi équipés que vous pourraient sans doute vous remplacer.

M. Shea: C'est exact.

Mr. Scott: Dans cette concurrence, ils pourraient avoir le haut du pavé. Vous voudriez peut-être, à partir des États-Unis, exporter vers le Canada des produits plus ordinaires, mais vous ne pourriez peut-être pas damer le pion aux fabricants locaux qui sont actuellement mal outillés pour vous faire concurrence.

Mr. Shea: La fabrication d'un emballage va plus loin que la simple impression. Il s'agit d'avoir la bonne méthode pour couper puis plier le paquet de sorte que l'on puisse produire 400 paquets à la minute, par exemple. Cela va plus loin que la simple impression du carton.

Mr. Scott: Mais une fois éliminée la nécessité d'avoir de l'outillage très perfectionné, la concurrence croît.

Mr. Shea: Uniquement pour la phase de l'impression.

Mr. Scott: D'accord, mais il y aura plus de gens capables de desservir ce marché...

[Texte]

Mr. Shea: No, because they may not have the expertise in the cutting and creasing side.

Mr. Scott: Do you know that to be true?

Mr. Shea: Yes, I do.

Mr. Scott: So there wouldn't be any more competition?

Mr. Shea: Everybody will give it a try, but I'm sure the situation would not... The underlying process is lengthy.

Mr. Scott: You referred to the generic packaging of the 1950s. We're talking about packaging but this is part of a larger advertising campaign that tobacco manufacturers engage in. These campaigns have to do with sponsoring cultural and sports events and the package is just a link between their product and the event, I assume. That didn't happen in the 1950s as much as it does now because there wasn't any other kind of advertising ban, so I don't think that experience is particularly relevant to our experience today. I just want that to be on the record.

Do you service just one of the companies?

Mr. Shea: We service all of them.

Mr. Scott: Thank you.

[Traduction]

M. Shea: Non, parce qu'ils ne sauront peut-être pas comment faire pour couper et plier le carton.

M. Scott: Vous en êtes sûr?

M. Shea: Oui.

M. Scott: Donc, vous n'auriez pas plus de concurrents qu'aujourd'hui?

M. Shea: Chacun pourra évidemment s'y essayer, mais je suis sûr que... Toutes les étapes nécessaires à la fabrication sont très longues.

M. Scott: Vous avez mentionné les emballages génériques des années 1950. On a beau parler uniquement de l'emballage, mais tout cela s'inscrit dans les vastes campagnes de publicité que font les fabricants de cigarettes. Or, ces campagnes servent à parrainer des événements culturels et sportifs, et le paquet sert uniquement à faire le lien entre le produit vendu et l'événement. Dans les années 1950, ce lien était plus tenu, car on pouvait promouvoir alors tous les produits, contrairement à aujourd'hui; je ne crois donc pas que cela soit très important dans le cas qui nous occupe aujourd'hui. Je tiens à le souligner.

N'avez-vous qu'un client parmi les fabricants?

M. Shea: Ils sont tous nos clients.

M. Scott: Merci.

• 1120

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): Thank you for your presentation. I noted in the opening statement you're not interested in disputing any proposed actions to reduce tobacco consumption and that you're only interested in the effect of the proposed plain packaging on your business. At the end I noted you were trying to convince the committee that plain packaging has no effect on tobacco consumption. In effect you wanted to influence us on whether we should consider it or not.

Apart from the effect of plain packaging on your business, what decided you to make that approach? Is it something you wanted to do and have the freedom to do although I would suggest that in your opening statement you have given an indication you would do it? Be that as it may, I would like to pose a few questions.

Is there any empirical evidence that plain packaging will increase smuggling, or is this only a speculation or a guess?

Mr. Shea: I don't know whether you're aware, but during the height of the smuggling a few months back there were many attempts at counterfeiting packaging using a different printing method. They were easily discernible as counterfeit and were picked up as such.

If you go to one-colour or two-colour simple packaging, that would not be easily discernible under any circumstance. I'm not even sure the Canadian tobacco companies would make the cigarettes. It's quite possible they could come from some place like Brazil with one-and two-coloured packages without any trademark identification. Some of these colours do work as far as trying to protect trademarks is concerned.

M. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Merci de votre exposé. J'ai remarqué que vous n'y contestez pas les mesures que se propose de prendre le comité en vue de réduire la consommation de tabac; ce qui vous intéresse uniquement, ce sont les répercussions que pourrait avoir la banalisation des emballages sur votre entreprise. Vous avez même essayé de convaincre le comité que la banalisation de l'emballage ne réduirait en rien la consommation de tabac. En fait, vous essayez d'influer sur notre décision.

Outre ce que vous nous avez dit sur les répercussions de cette mesure éventuelle, qu'est-ce qui vous a décidés à nous faire cette proposition? Est-ce quelque chose que vous avez envisagé de faire et que vous auriez eu le loisir d'essayer? D'après ce que vous avez expliqué, vous semblez dire que vous emboîteriez le pas si cela devenait obligatoire. Mais peu importe; j'ai quelques questions à vous poser.

Pouvez-vous prouver par des chiffres que la banalisation des emballages fera grimper la contrebande, ou n'est-ce que pure conjecture de votre part?

M. Shea: Vous savez peut-être qu'au plus fort de la crise de la contrebande, il y a de cela quelques mois, on a tenté à plusieurs reprises de contrefaire les paquets de cigarettes en utilisant une autre méthode d'impression. Mais on a réussi à intercepter ces paquets, car la contrefaçon était facile à repérer.

Mais si vous optez pour l'emballage monochrome ou bichrome, la contrefaçon pourrait être beaucoup plus difficile à discerner. Il se pourrait même que les cigarettes ne soient plus fabriquées par des compagnies canadiennes, mais plutôt par des compagnies brésiliennes, par exemple. Les paquets pourraient ne plus être aucunement identifiés. C'est que certaines de ces couleurs que vous connaissez si bien servent aussi à protéger les marques de commerce.

[Text]

Mr. Pagtakhan: You feel they might be, but you cannot cite any published evidence at this time.

Mr. Shea: Only if they did it when it was multicoloured or tried to do it when it was multicoloured. It would be a lot simpler to do it in black and white.

Mr. Pagtakhan: Are you aware of any evidence that the smugglers manufacture their own packages?

Mr. Shea: There were no packages made to our knowledge. There were packages made by packing companies, mainly slide and shell. They tried to make some slides and they did them on the litho process. When they did it, it didn't repeat as well as it does under gravure and it was discernible. But the actual smugglers didn't make it. They found some small box shops someplace.

Mr. Pagtakhan: I think Mr. Paul made a statement to the effect about the plain packaging of the fifties. Do you have any more information on that you can provide to the committee later on?

Mr. Shea: I didn't know I said anything about plain packaging in fifties.

Mr. Pagtakhan: In this news clipping it says "changing cigarette packaging, however, will not increase business dramatically in the long term". Mr. Prinzen is quoted. You are saying here, Mr. Prinzen, it will not dramatically increase business. You are not worried about a decrease in business. Is that right?

Mr. Prinzen: We recognize, as was pointed out earlier by Mr. Shea, that the tobacco consumption is in steady decline. With regard to the comment on our export orientation in building those markets in tobacco and non-tobacco pursuits, we also recognize the Canadian market will continue to erode. So certainly it stands to reason the comments support it.

Mr. Pagtakhan: When you indicated the millions of dollars that could be a cost to your company because of a shift in the packaging format, could you estimate how many millions might it be?

Mr. Prinzen: Could you repeat the question, sir?

Mr. Pagtakhan: Apparently you are quoted in the news clipping you provided us as saying the cost to Shorewood's customers would be millions of dollars. What exactly do you mean by that?

Mr. Prinzen: I think the comment just highlighted the fact, as I think most people here are aware with regard to the packaging I passed around as well, that particular effort amongst the tobacco companies cost them in the order of \$30 million. It's a number that is readily publicized. That relates to the gravure process again, the investment in cylinders and hardware with regard to the retooling effort. That's what effectively that number captures.

La vice-présidente (Mme Picard): Je suis désolée, M. Pagtakhan, il faudrait que je donne la parole à monsieur Richardson.

• 1125

M. Richardson (Perth—Wellington—Waterloo): Merci, madame la présidente.

I'm sorry I missed the first part of your presentation, but I have some notes here.

[Translation]

M. Pagtakhan: C'est ce que vous pensez, mais vous n'êtes pas en mesure de fournir des preuves à l'appui.

M. Shea: La contrefaçon est plus difficile si l'emballage est polychrome. Il est beaucoup plus facile de contrefaire un paquet s'il est en noir et blanc.

M. Pagtakhan: Savez-vous si les contrebandiers fabriquent leurs propres paquets?

M. Shea: Que nous sachions, ils n'en ont pas fabriqué. Certaines compagnies d'emballage ont bien tenté de fabriquer des paquets avec tiroir et coulisse en utilisant le procédé litho. Mais lorsqu'elles ont essayé de reproduire le procédé par héliogravure, le résultat n'a pas été aussi probant, et la contrefaçon était perceptible. Mais les contrebandiers n'ont rien fait eux-mêmes; ils ont acheté leurs paquets dans des boutiques.

M. Pagtakhan: M. Paul a mentionné la banalisation des emballages des années cinquante. Pouvez-vous donner au comité plus de renseignements là-dessus?

M. Shea: Je ne crois pas avoir dit quoi que ce soit là-dessus.

M. Pagtakhan: Selon la coupure de presse que j'ai sous les yeux, M. Prinzen aurait dit que la modification de l'emballage ne devrait pas faire augmenter en flèche votre chiffre d'affaires à long terme. Monsieur Prinzen, vous parlez de hausse de votre chiffre d'affaires. Une baisse éventuelle ne semble pas vous inquiéter, n'est-ce pas?

M. Prinzen: Comme l'a fait remarquer plus tôt M. Shea, force nous est de constater que la consommation des produits du tabac chute de façon constante. En ce qui concerne nos exportations et notre désir d'aller nous chercher de nouveaux marchés pour les produits du tabac ou d'autres produits, force nous est aussi de reconnaître que le marché canadien va continuer à s'éroder. De là la justification de nos commentaires.

M. Pagtakhan: Vous avez dit que le nouvel emballage pourrait coûter des millions à votre compagnie. À combien évaluez-vous ces coûts?

M. Prinzen: Pourriez-vous répéter votre question, je vous prie?

M. Pagtakhan: Selon la coupure de presse, vous auriez dit qu'il en coûterait des millions de dollars aux clients de Shorewood. Qu'entendez-vous exactement par cela?

M. Prinzen: Cela signifie que l'effort de rajeunissement de la part des fabricants de cigarettes leur a coûté quelque 30 millions de dollars, comme le rapportent les médias. Vous n'avez qu'à regarder les paquets que j'ai fait circuler autour de la table. Ce chiffre représente donc les coûts de réoutillage pour la gravure, c'est-à-dire l'investissement en cylindres et autre équipement.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): I am sorry, Dr. Pagtakhan, but I have to give the floor to Mr. Richardson.

M. Richardson (Perth—Wellington—Waterloo): Thank you, Madam Chair.

J'ai malheureusement raté la première partie de votre exposé, mais j'ai pris quelques notes.

[Texte]

There is obviously a concern you have, and there's generally the opposite side; we have a concern about the health of all Canadians. It's really coming to the fore. When we lowered the taxes, you saw the health concerns. People were very heavy against that. Now the other reaction is that people are concerned about the attractiveness of the ads and the packaging.

I'd like to address my question to the concept of multicolour. Do you package in more than one colour at the moment in your firm?

Mr. Shea: Our packages?

Mr. Richardson: Yes.

Mr. Shea: We make packaging. We don't—

Mr. Richardson: I realize you do, but do you do it in more than one colour?

Mr. Prinzen: It's multicoloured.

Mr. Shea: Oh, yes, absolutely. That's right.

Mr. Richardson: If each of the packages has a different colour...? You obviously make for more than one manufacturer of cigarettes.

Mr. Shea: Yes, sir.

Mr. Richardson: Is there any duplication of colour between cigarette manufacturers?

Mr. Shea: It could be close, but it's not likely, not precisely.

Mr. Richardson: Is there any underlying reason why there isn't similarity in the competitive field to try to imitate one another for competitive reasons?

Mr. Shea: As a matter of fact, most of them go in opposite directions to try to signify their own brand, or dignify their own brand, whichever way you want to look at it.

Mr. Richardson: Red seems to be identified with du Maurier, green with Export.

Mr. Shea: Blue is Player's.

Mr. Richardson: Is this colour-coding of cigarettes then giving the marketers a loyalty base, based on colour?

Mr. Shea: I think you're talking about the consumer business in total. If you look down any grocery shelf with me you'll find that each grocery manufacturer is looking for his own identity. I would have to assume that each of the tobacco companies is looking for its own identity.

Mr. Richardson: At the moment, though, we're looking more specifically at the tobacco industry and we're trying to reduce consumption. As you were saying, there is a consumption fall-off at the moment. We just wonder if in the psychological tests the colours would effect in the mind of the consumer a reaction one way or another.

Mr. Shea: When you run the full gamut... There's one here that doesn't have a lot of punch to it compared to the red one we passed out. You weren't here, but we passed around this pack. That's pretty... what's the word?

[Traduction]

Vous et nous sommes visiblement aux antipodes dans nos préoccupations, car ce qui nous préoccupe pour notre part, c'est la santé de tous les Canadiens. Lorsque l'on a réduit les taxes, cette mesure a soulevé un tollé pour des raisons de santé. Aujourd'hui, les Canadiens s'inquiètent de l'attrait que peuvent avoir la publicité et l'emballage.

Commençons par les couleurs. Les emballages que fabriquent votre entreprise sont-ils actuellement polychromes?

M. Shea: Vous parlez de nos emballages?

M. Richardson: Oui.

M. Shea: Nous faisons des emballages, et non pas...

M. Richardson: Je le sais bien, mais sont-ils polychromes?

M. Prinzen: Ils sont polychromes.

M. Shea: Tout à fait, c'est exact.

M. Richardson: Si chacun des paquets est d'une couleur différente...? Vous travaillez visiblement pour plus d'un fabricant de cigarettes.

M. Shea: En effet.

M. Richardson: Deux fabricants de cigarettes peuvent-ils utiliser la même couleur?

M. Shea: C'est plutôt rare, mais les couleurs peuvent être similaires.

M. Richardson: Sauriez-vous pourquoi on ne cherche pas à imiter les couleurs de l'autre pour des fins de concurrence?

M. Shea: C'est justement parce que les fabricants veulent se démarquer et se singulariser par rapport aux autres marques.

M. Richardson: On semble identifier le rouge à du Maurier et le vert à Export.

M. Shea: Et le bleu à Player's.

M. Richardson: Ce codage par couleurs des cigarettes est-il à l'origine de l'attachement de la part des différents marchés?

M. Shea: Il faut parler plutôt des habitudes des consommateurs en général. Si vous allez chez l'épicier, vous constaterez que chaque épicerie cherche sa propre identité. On peut conclure que chaque fabricant de cigarettes veut avoir sa propre identité.

M. Richardson: D'accord, mais nous parlons actuellement de l'industrie du tabac et de nos tentatives en vue de réduire la consommation des produits du tabac. Vous avez dit vous-mêmes que l'on assistait depuis quelque temps à une baisse de la consommation. On peut se demander toutefois si, du point de vue psychologique, un changement de couleurs peut faire réagir le consommateur dans un sens ou dans l'autre.

M. Shea: Si vous regardez toute la gamme des emballages... En voici un qui n'est pas très attrayant si vous le comparez au paquet rouge que j'ai fait circuler avant votre arrivée. C'est assez... Comment dirais-je?

[Text]

A voice: Bland.

Mr. Shea: Bland, whereas du Maurier would be a more shocking colour.

Mr. Richardson: You still have an Export, though, with the green package.

Mr. Shea: Yes, they make—

Mr. Richardson: Different products.

Mr. Shea: —different colours for different styles.

La vice-présidente (Mme Picard): Monsieur Richardson, je suis désolée. Monsieur de Savoie.

M. de Savoie: Si je vous comprends bien, dans l'éventualité d'une réduction de vos affaires au Canada, non seulement vous envisagerez de le faire, mais vous déménageriez vos opérations aux États-Unis puisque cette portion du marché est actuellement en expansion et, de toute façon, ce serait votre seule possibilité. Est-ce exact?

Mr. Shea: That's correct. It would be maybe beyond the U.S. as well.

M. de Savoie: Puisque nous avons l'ALÉNA et compte tenu du contrôle de plus en plus serré qui s'exercera sur la consommation du tabac au Canada, il arrivera certainement un moment dans le futur où vos affaires au Canada deviendront suffisamment moins importantes pour que vous soyez tenté, de toute manière, de déménager vos opérations aux États-Unis.

[Translation]

Une voix: Terne.

M. Shea: Oui, terne, alors que le paquet de du Maurier est beaucoup plus frappant.

Mr. Richardson: Mais vous avez toujours l'emballage vert de la marque Export.

M. Shea: En effet, cette compagnie. . .

Mr. Richardson: Fabrique différents produits.

M. Shea: . . . opte pour différentes couleurs selon les styles.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): I am sorry, Mr. Richardson. Mr. de Savoie.

M. de Savoie: If I understand you correctly, if there was a decrease in your business in Canada, not only you would consider moving your operations to the United States but you would certainly do it, given that that part of the market is presently developing and that it would be the only option for you. Am I right?

M. Shea: C'est exact. Nous pourrions même aller ailleurs qu'aux États-Unis.

M. de Savoie: Given that NAFTA has been signed and given the greater control on future tobacco consumption in Canada, there will come a time when business in Canada will decrease for you and that you could be tempted to move all your operations to the United States.

• 1130

Selon vous, même dans le cas où on ne toucherait pas à la banalisation de l'emballage, à quel moment croyez-vous devoir déménager vos opérations aux États-Unis, compte tenu de l'accroissement de votre marché là-bas ou ailleurs dans le monde?

Mr. Shea: I don't necessarily accept your theory. We're always looking in all of our operations for export opportunity. Canada does present some unique situations. The people we have here have been highly trained. Why would we just disappear from the street on that basis when we'd have to go and spend a lot of money retraining people and everything else?

If the Canadian tobacco business declined to 10%, hopefully by that time we would have developed an international trade of 90%. As long as we can remain competitive, which is the key word, why would we move?

If we can't utilize our assets to their fullest with plain packaging, then we'd be forced economically to make a move. But I don't see any particular move in my lifetime, moving the business out of Canada, even though we would be anticipating generating more and more on an international base. We've done very well in the first ten years. I see it continuing to grow.

La vice-présidente (Mme Picard): Une dernière question, docteur Pagtakhan.

Mr. Pagtakhan: For the sake of the health of Canadians, particularly young teenagers, particularly women, would you not agree that even if there were to be some economic loss to industry that it is worth good public health policy to come up with any measure that would protect that health?

According to you, even if we decided not to recommend plain packaging, when could you decide to move your operations to the United States, given that your market share is increasing in the USA and elsewhere?

M. Shea: Je n'accepte pas nécessairement vos prémisses. Nous sommes toujours à la recherche de nouvelles perspectives d'exportations, et le Canada présente certaines particularités: par exemple, nos employés sont particulièrement bien formés. Pourquoi voudrions-nous disparaître du jour au lendemain pour être obligés de dépenser une fortune à former de nouveaux employés, notamment?

Si le marché canadien du tabac devait chuter à 10 p. 100, peut-être pourrions-nous en contrepartie élargir nos marchés d'exportation pour qu'ils représentent jusqu'à 90 p. 100 de nos affaires. La clé, c'est de rester concurrentiel: et dans ce cas, pourquoi déménager?

Évidemment, si nous ne pouvions rentabiliser nos actifs à cause de la banalisation des emballages, nous pourrions être obligés de déménager pour des raisons économiques. Mais je ne crois pas que cela se produira de mon vivant, même si nous prévoyons élargir toujours plus notre marché international. Les dix premières années ont été bonnes, et j'espère que cela continuera.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): One last question, Dr. Pagtakhan.

M. Pagtakhan: Dans le but de protéger la santé des Canadiens, et particulièrement celle des adolescents et des femmes, ne convenez-vous pas qu'il vaut la peine d'imposer des mesures musclées, même si celles-ci devaient se traduire par une perte économique pour votre industrie?

[Texte]

[Traduction]

Mr. Shea: I'm not sure plain packaging will accomplish that.

Mr. Pagtakhan: That is your view.

Mr. Shea: That's my view. I would say, sir, there aren't too many people in this room who are as old as I am. But I remember when cigarette packaging was not very pleasant. I can remember that my own father, when he went out in the evening, had a cigarette case. I can see people moving toward the old cigarette case.

Mr. Pagtakhan: I can see that.

You then indicated that while it is a legitimate concern, "it appears to be based on theories, guesses and wishes". Mr. Szabo alluded to this earlier.

Are you aware of the New Zealand and Australian studies on plain packaging?

Mr. Shea: I am. I also can give you a copy of the—

Mr. Pagtakhan: Have you read them?

Mr. Shea: Yes, I have.

Mr. Pagtakhan: What do they say?

Mr. Shea: I refer to behavioural scientists' assessment of them. If you'd like a copy—

Mr. Pagtakhan: No, just tell the committee, could it have a potential good effect?

Mr. Shea: No, not according to the behavioural science reports from all the various universities in Australia. I have a copy of that. If you'd like a copy, I'd be glad to give it to you.

Mr. Pagtakhan: This is my last question, Madam Chair.

You indicated in your presentation that there are no empirical studies. What do you mean by empirical studies?

Mr. Shea: I mean world-wide studies, any studies. The only one we were aware of was the Australian one, which was not really a study, or the one that came up with the Cancer Society, which we hardly consider a study.

Mr. Pagtakhan: Thank you.

La vice-présidente (Mme Picard): Nous vous remercions pour vos témoignages. Nous avons pris note de vos préoccupations et pouvons vous assurer que nous en tiendrons compte dans notre étude.

Merci et au revoir.

M. Shea: Merci madame.

M. de Savoye: Madame la vice-présidente, j'aimerais proposer une motion. Vous m'indiquerez quand je pourrai procéder.

La vice-présidente (Mme Picard): D'accord.

M. Shea: Je ne suis pas sûr que la banalisation des emballages y parviene.

M. Pagtakhan: Vous pensez?

M. Shea: Je le pense. Je suis sans doute parmi les plus âgés dans cette salle, et je me rappelle l'époque où les paquets de cigarettes étaient tout à fait ordinaires. Je me rappelle que mon père transportait un étui à cigarettes s'il devait sortir le soir. Peut-être que l'on reviendra au bon vieux étui à cigarettes.

M. Pagtakhan: Peut-être.

Je reprends la question de M. Szabo. Vous laissez entendre que même s'il s'agit d'une préoccupation tout à fait légitime, elle ne serait fondée que sur des théories, des suppositions et des désirs.

Connaissez-vous les études néo-zélandaises et australiennes sur la banalisation des emballages?

M. Shea: Oui, et je puis vous donner un exemplaire de...

M. Pagtakhan: Les avez-vous lues?

M. Shea: Oui.

M. Pagtakhan: Et que disent-elles?

M. Shea: Je dois me fonder sur l'évaluation qu'en ont faite des spécialistes du comportement. Si vous voulez un exemplaire...

M. Pagtakhan: Non, vous n'avez qu'à dire au comité si cela peut avoir un effet positif.

M. Shea: Non, pas d'après les rapports des spécialistes du comportement des diverses universités australiennes. J'en ai des exemplaires, et si cela vous intéresse je vous en laisserai avec plaisir.

M. Pagtakhan: J'ai une dernière question à poser, madame la présidente.

Vous dites dans votre exposé qu'il n'y a aucune étude empirique là-dessus. Qu'entendez-vous par là?

M. Shea: J'entends par là des études menées à l'échelle mondiale. La seule que nous connaissons est l'étude australienne, qui n'en est pas une véritablement, ou celle qui a été parrainée par la Société du cancer, et qui n'en est pas vraiment une non plus.

M. Pagtakhan: Merci.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): We thank you all for your testimony. We took note of your concerns and we can assure you that we will take them into account in our study.

Thank you and goodbye.

M. Shea: Thank you, Madam Chair.

M. de Savoye: Madam Vice-Chair, if you tell me when to proceed, I would like to propose a motion.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): Go ahead.

Je m'excuse auprès des membres du Comité. Je suis désolée. M. de Savoye nous avait proposé une motion. Nous allons lui permettre de la lire.

I apologize to the members of the committee. Mr. de Savoye had proposed a motion, and I would like to allow him to read it.

[Text]

M. de Savoye: Je crois que vous avez le texte devant vous. Si quelqu'un ne l'a pas, il me fera plaisir de lui en donner une copie. Je fais remarquer que la date se lit maintenant *before April 29*; j'aimerais être dispensé d'en faire le reste de la lecture, ce que vous pouvez faire vous-mêmes.

Cependant, j'aimerais dire quelques mots pour parler de l'objectif de cette motion.

Mr. Szabo: Is it not a fact that the minister has already been invited to appear before this committee?

M. de Savoye: Je m'excuse. J'aimerais continuer la présentation de ma motion, à moins que je n'aie plus la parole, madame la présidente.

Mr. Szabo: No, Madam Chair, it would appear that this motion is redundant, in that the minister has already been invited. To pass a motion that the minister be invited is redundant; it has already happened.

M. de Savoye: On a point of order, Madame Chair, do I have the floor or does my friend on the other side have the floor? If he has, I will let him have it. If I do have the floor, I will keep it. But I would like you to dispose of this matter.

Mr. Szabo: A point of order has precedence, and my point of order is that this motion is redundant and I'll ask the chair for a ruling.

M. de Savoye: All right, you had a point of order, which I didn't understand. Thank you for clarifying the situation.

So, do I have the floor on the point of order?

You will remember that we did urge the House to have the public accounts evaluated position by position and this by a special committee. However, the Prime Minister indicated that work should be performed by our committee.

The fact that Mrs. Marleau comes here on April 26 doesn't automatically put on that agenda the evaluation point by point. Furthermore, I believe there is no way we could do this in one single morning. Three hours certainly won't be enough. As a matter of fact, this will probably be time-consuming.

On the other hand, if this work cannot be done by a special committee somewhere else, who is going to do it? And if we don't do the work, how can we support health measures that will really be acknowledged if the money is not there to do it? So one way or the other, someone somewhere will have to account for this.

As MPs, I believe we have a duty to intervene directly and with lucidity in the implementation of the control of public spending. This having been said, you actually have three choices. You agree with the principle of this motion studying the budget position by position and you do agree with the present formulation, then you vote for it. Or you agree with the principle of studying position by position, but you disagree with the formulation. Then, by all means, do amend it, so we can implement it. Then you'll vote for it and I'll vote for it too. Or you disagree with the principle and then we'll know about it, you'll vote against it, and the matter's back in the House, so we'll ask the PM to have the special committee and do that work, because I believe it should be done, unless the House decides to the contrary.

[Translation]

Mr. de Savoye: I believe you have received the text. If you have not, I will gladly give you a copy. The date now reads: *avant le 29 avril*; may I dispense with the reading of the rest of the motion, since you all have received it.

However, I would like to explain the aim of my motion.

M. Szabo: Mais la ministre n'a-t-elle pas déjà été invitée à comparaître?

M. de Savoye: I apologize, but I would like to go on explaining my motion, unless you have given the floor to somebody else, Madam Chair.

Mr. Szabo: Madame la présidente, il semblerait que la motion est redondante, puisque la ministre a déjà été invitée. Il est inutile d'adopter une motion invitant à nouveau la ministre.

M. de Savoye: J'invoque le Règlement, madame la présidente: est-ce moi qui ai la parole ou mon collègue d'en face? Si c'est lui, je le lui céderai volontiers. Mais si c'est moi, j'aimerais bien pouvoir continuer. Qu'en est-il, madame la présidente?

Mr. Szabo: Un rappel au Règlement a toujours préséance, et je prétends que cette motion est superflue. Je demande à la présidente de se prononcer.

M. de Savoye: Je m'excuse, je n'avais pas compris que vous invoquez le Règlement. Merci de la précision.

Puis-je répliquer au rappel au Règlement?

Vous vous rappellerez que nous avions exhorté la Chambre à faire analyser les comptes publics poste par poste par un comité spécial. Toutefois, le premier ministre a répondu que c'est à notre comité de le faire.

Le fait que M^{me} Marleau soit invitée le 26 avril ne signifie pas pour autant que nous allons entreprendre ce jour-là l'analyse poste par poste. En outre, il est futile de penser que nous pourrions tout faire en une seule journée. Trois heures ne suffiront certainement pas. Il faut bien comprendre que cela prendra beaucoup de temps.

Par ailleurs, si cette tâche ne peut être entreprise par un comité spécial, qui l'entreprendra? Or, si personne ne fait l'analyse, comment pourrions-nous songer à recommander des mesures en matière de santé si les crédits ne sont pas votés? D'une façon ou d'une autre, il faudra bien que quelqu'un rende des comptes.

En tant que députés, nous avons le devoir d'intervenir directement et lucidement pour contrôler les dépenses publiques. Nous avons donc à choisir entre trois options. Nous pouvons accepter le principe de cette motion, qui vise à étudier le budget poste par poste, et si vous acceptez la formulation actuelle il faut voter pour. Deuxièmement, vous pouvez accepter le principe de l'analyse poste par poste, mais réfuter la façon dont la motion est formulée. Dans ce cas, je vous prierais de la modifier pour qu'elle vous convienne, et pour que nous puissions tous l'adopter. Dans le troisième cas, vous êtes contre le principe et vous votez contre; la question sera alors renvoyée à la Chambre, et nous demanderons au premier ministre de nommer un comité spécial qui s'attellera à cette tâche essentielle, à moins que la Chambre ne décide le contraire.

[Texte]

[Traduction]

This is what I had to say on the point of order of my friend.

Mr. Pagtakhan: I'm awaiting the ruling of the chair, and if it were to be ruled in order then I would reserve the right to debate the motion.

La vice-présidente (Mme Picard): Cette motion traite d'un sujet différent de celui dont madame la ministre nous entretiendra le 26 avril prochain. Elle viendra nous expliquer le budget des dépenses principal alors que la motion demande de réviser tous les documents et dossiers nécessaires, toutes les dépenses du ministère et des organismes relevant de son autorité.

M. de Savoye: Si je comprends bien, le rappel au Règlement est rejeté.

La vice-présidente (Mme Picard): Je rejette le rappel au Règlement. La motion est recevable.

• 1140

Mr. Szabo: With respect, a point of order is not out of order. A point of order is always in order. The ruling on the point of order is declined, though. I think I understand your intent, but a point of order in itself is not out of order.

Mr. de Savoye: If I understand well, you've ruled against the point of order. Do we agree on this? Is that what we understand? Great.

I understood Mr. Pagtakhan wanted to speak on this motion.

Mr. Pagtakhan: Yes, indeed.

Madam Chair, I can appreciate the rationale behind this motion, as explained. I can appreciate the goodwill behind inviting amendments to the motion, if need be.

To invite the minister before April 29, when she is already scheduled to appear before us on April 26, as is in our written agenda, would make that invitation unnecessary, at least as appearance. I realize that it is in relation to some civil servants moaning for a thorough evaluation.

I would like to inform the committee, through you, Madam Chair, that it is the practice in committees that when ministers appears before standing committees they usually bring an array of civil servants with them. I think we can take it as a likelihood.

Third, to look for all the documents on the expenditures of government and all the files is what is called, in law, almost a fishing expedition. We should be more specific as to what exactly we would like to have; otherwise, we can be deluged with a huge carload of documents. It would be unmanageable on our part. A court of law usually would like the proponent of any suggestion for evidence not to fish everywhere in the big ocean but to tell the committee exactly what those documents are. So I have some reservations about the component of that motion.

Then you say "as proposed by the Prime Minister during the Question Period of April 13, 1994". Unfortunately, we do not have the specific document before us today to examine it, not on the basis of hearsay but firsthand. At the very least, we should have the document before us before we can meaningfully say yes or no to this motion.

Voilà; j'ai répondu au rappel au Règlement de mon collègue.

M. Pagtakhan: J'attends que la présidente se prononce; si la motion devait être jugée recevable, je me réserve alors le droit d'en débattre.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): This motion deals with a different subject than the one that the minister will be dealing with on April 26. The minister will appear to explain to us the main estimates, whereas this motion is asking us to evaluate all documents and files and all expenditures of the department and those agencies coming under the minister's responsibility.

Mr. de Savoye: If I understood correctly, the point of order has been rejected.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): The point of order has been rejected, and the motion is in order.

M. Szabo: Je me permets de vous faire observer qu'un rappel au Règlement n'est pas irrecevable. Un rappel au Règlement est toujours recevable. Cela dit, c'est la décision sur le rappel au Règlement qui peut être négative. Je crois comprendre ce que vous voulez dire, mais en soi un rappel au Règlement ne peut pas être irrecevable.

M. de Savoye: Si j'ai bien compris, vous vous êtes prononcée contre le rappel au Règlement. Nous sommes bien d'accord? C'est bien compris? Parfait.

M. Pagtakhan avait quelque chose à dire au sujet de la motion.

M. Pagtakhan: Absolument.

Madame la présidente, comme je l'ai expliqué, je comprends le raisonnement qui est à l'origine de cette motion. J'apprécie également qu'on envisage des amendements; c'est une preuve de bonne volonté.

Quant à inviter la ministre avant le 29 avril, alors que d'après notre calendrier elle doit comparaître devant nous le 26 avril, cela semblerait, à première vue, inutile. Je sais bien que des fonctionnaires ont plaidé pour obtenir une analyse approfondie.

Cela dit, madame la présidente, je souhaite expliquer aux membres du comité que lorsque des ministres comparaissent devant les comités permanents, ils viennent le plus souvent accompagnés d'un régiment de fonctionnaires. En tout cas, c'est assez probable.

Troisièmement, réclamer tous les documents sur les dépenses du gouvernement et tous les dossiers, c'est pratiquement partir à la chasse à l'aveuglette. Nous devrions être plus précis quant à ce que nous souhaitons voir, sinon nous risquons d'être submergés sous une avalanche de documents. Nous n'en viendrions pas à bout. Dans un tribunal, lorsque quelqu'un suggère de produire certaines preuves, on ne part pas à la chasse dans toutes les directions, on explique précisément de quels documents il s'agit. J'ai donc certaines réserves quant aux éléments de cette motion.

Vous dites ensuite: «tel que proposé par le premier ministre à la période des questions du 13 avril 1994.» Malheureusement, nous n'avons pas ici aujourd'hui le document en question, et c'est un peu comme du oui-dire. Avant de prendre une décision sur cette motion, nous devrions au moins avoir le document en question sous les yeux.

[Text]

I take the motion in good spirit and goodwill because of the proposal to invite amendments. If I may, what we have scheduled is the appearance of the Treasury Board officials on April 21, then the Auditor General briefing on April 21, then the Minister of Health on April 26. At this point, without necessarily defeating or voting against the motion or supporting it, my suggestion is that if we could hold it in abeyance until after the appearance of the Treasury Board officials, the Auditor General's officials, then the minister herself, and when we find—and I will be with you—that our study of the expenditures and estimates, at that point, of the types of things you would like to pursue are still incomplete, then I would like you to come forward again with a specific motion to that effect. I will give the motion due consideration at the time.

So I have some difficulty with the motion as it now stands, on the basis of what I have discussed.

Mr. Scott: By virtue of your judgment on Mr. Szabo's intervention, it would strike me that we were talking about two different approaches, since you see Mr. de Savoye's motion differently from what we've invited the minister and officials to appear to do.

The question before us seems to be which approach we would believe to be preferable, the one proposed by the member or the one we originally planned to pursue. It strikes me that we've already decided to pursue it in one fashion.

It's too early to determine that it's not going to work. As Mr. Pagtakhan has said, we can wait until after we've gone through the exercise we already agreed to go through to find out whether it's not comprehensive enough. If there's a need to proceed further, then that's the time to determine it, not now.

• 1145

If I were forced to take a position on this motion, I'd have to vote against it, but I support Mr. Pagtakhan in saying that we can wait until after the minister has appeared to find out whether we feel it's comprehensive enough. Thank you.

M. de Savoye: J'aimerais d'abord répondre aux préoccupations de monsieur Scott. Il ne s'agit pas de savoir quelle approche est préférable. Ce sont deux choses entièrement différentes.

D'un côté, nous voulons obtenir de l'information sur les intentions de madame la ministre et sur les faits qu'elle peut nous présenter afin de nous éclairer dans nos travaux. D'autre part, même si on parle du vérificateur général, nous voulons obtenir de l'information sur ces éléments qui ont attiré son attention en tant que vérificateur général.

D'autre part, ce que nous proposons, est une révision, une analyse, poste par poste, de chacune des activités du ministère de la Santé afin d'en évaluer la pertinence, le bien-fondé et la nécessité de poursuivre ces activités de la manière dont elles sont accomplies ou d'une manière différente. C'est un travail énorme.

C'est un travail qui—and maintenant, je réponds à monsieur Pagtakhan—demandera une foule de documents. Ce travail dépasse peut-être les capacités de ce Comité. C'est pour cela que le Bloc québécois suggérait qu'un comité spécial soit institué pour faire ce travail. Cependant, à la demande de monsieur Chrétien, le Premier ministre, nous devons demander au Comité de procéder. Il a indiqué qu'il revenait au Comité de le faire. Personnellement, je crois que c'est un travail énorme. La motion fait état d'inviter avant le 29,

[Translation]

J'apprécie l'esprit de la motion et la bonne volonté dont on a fait preuve en nous invitant à proposer des modifications. Je résume: nous avons prévu de recevoir les représentants du Conseil du Trésor le 21 avril, puis de tenir la séance d'information du vérificateur général le 21 avril, et enfin de recevoir la ministre de la Santé le 26 avril. Je pense que nous pourrions nous abstenir de voter pour ou contre la motion aujourd'hui, et attendre que les représentants du Conseil du Trésor, ceux du vérificateur général et la ministre elle-même aient comparu. Après cela, si nous constatons qu'il nous manque des éléments pour notre étude des dépenses et du budget, j'apprécierais alors que vous présentiez une motion précise à cet égard. A ce moment-là, je l'examinerai sérieusement.

J'ai donc des réserves au sujet de la motion sous sa forme actuelle, et cela, pour les raisons que je viens d'expliquer.

M. Scott: D'après ce que vous dites au sujet de l'intervention de M. Szabo, il me semble que nous parlons de deux démarches différentes. En effet, vous semblez donner à la motion de M. Savoye un sens différent de ce que nous attendons de la comparution de la ministre et des fonctionnaires.

Apparemment, nous devons décider quelle est la solution préférable, celle qui a été proposée par le député ou bien celle que nous avions l'intention de retenir au départ. J'avais l'impression que nous avions déjà pris cette décision.

Il est trop tôt pour décider que ce ne sera pas suffisant. Comme M. Pagtakhan l'a dit, nous pouvons attendre d'avoir terminé les audiences déjà prévues pour déterminer si c'est insuffisant. S'il s'avère nécessaire d'aller plus loin, il sera alors temps de le faire, mais pas maintenant.

Si j'étais forcé de prendre position, je voterais contre cette motion, mais tout comme M. Pagtakhan, je pense que nous pouvons attendre que la ministre ait comparu pour décider si nous avons suffisamment d'éléments. Merci.

M. de Savoye: First of all, I would like to answer Mr. Scott's concerns. It is not a matter of deciding which approach is preferable. These are two entirely different matters.

On the one hand, we need information concerning the intentions of the minister and all the facts she can submit in order to facilitate our work. On the other hand, even from the point of view of the Auditor General, we need information on whatever drew his attention as Auditor General.

Then there is our proposal; we want to do a complete revision, an analysis, item by item, of all the activities of the Department of Health. We want to see how appropriate, how justified and necessary these activities are, and whether they could be pursued in a different way. It is an enormous amount of work.

And for this endeavour—and here, I'm answering Mr. Pagtakhan's concerns—we shall need a great many documents. It might even be too much of an endeavour for this committee to pursue. For this reason, the Bloc Québécois was suggesting the creation of a special committee. But at the request of Mr. Chrétien, the Prime Minister, we are asking the committee to proceed. He said that this was within the mandate of the committee. For my part, I see it as an enormous amount of work. According to the motion, the minister should be invited before the 29,

[Texte]

to invite before the 29th, which does not mean,

ce qui ne veut pas dire que ce travail doit être fait avant le 29. L'invitation doit être transmise avant le 29. Donc, lorsque madame la ministre sera ici le 26, il serait tout à fait possible de lui transmettre cette invitation—c'est avant le 29—and, par la suite, le Comité devra préparer un calendrier de travail. Cela prendra des jours et des jours pour procéder à cette analyse de tous les postes. Puisque monsieur Chrétien le veut ainsi, ainsi soit-il. Merci, madame la présidente.

Mr. Szabo: Madam Chair, I think we all understand the basis of the arguments. I thought we had struck a steering committee to help steer the activities of this committee. This motion is flying in the face of the decision this committee already made. I would therefore move that we call the question on the motion.

M. de Savoye: Je crois que j'ai quand même le droit de parler puisque je présente la motion. J'aimerais répondre à monsieur Szabo. C'est vrai, vous avez tout à fait raison, cela perturbe le calendrier qui avait été préparé par notre Comité directeur.

It's not of my making; it's of the Prime Minister's making. We would have wished it otherwise.

Je suis prêt à procéder au vote. Je demande cependant que ce soit un vote par appel nominal.

An hon. member: There's a motion on the floor.

Mr. Pagtakhan: The motion has been called, the question really, but with the indulgence of the member, can I intervene at this point? I know that the motion to call the vote takes precedence, but can I have the indulgence of the member to say . . . ?

Mr. Richardson: Madam Chair, while they're discussing that, perhaps we could get a seconder for the motion. Then we can all discuss it.

An hon. member: We don't need a seconder.

Mr. Richardson: We don't need a seconder in a committee?

An hon. member: No.

La vice-présidente (Mme Picard): Docteur Pagtakhan, vous vouliez poser une question?

Mr. Pagtakhan: No, I withdraw my request.

La vice-présidente (Mme Picard): La question porte sur la motion proposée par monsieur de Savoye.

La greffière fera l'appel nominal des députés.

[Traduction]

que le comité invite avant le 29 avril,

which does not mean that the work has to be done before the 29. The invitation has to be made before the 29. Therefore, on the 26, when the minister is here, it would be quite possible to forward this invitation—it will be before the 29—and thereafter, the committee can set up an agenda. The study of all these items is going to take days and days. But since Mr. Chrétien wants it that way, let it be. Thank you, Madam Chairman.

M. Szabo: Madame la présidente, nous comprenons tous ces arguments. Je croyais que nous avions créé un comité directeur pour diriger les activités de notre comité. Cette motion va à l'encontre d'une décision de notre comité. Par conséquent, je demande que nous passions au vote.

M. de Savoye: Since I moved the motion, I believe I'm entitled to speak. I would like to answer Mr. Szabo. You are perfectly right when you say that this upsets the agenda already set by our steering committee.

Ce n'est pas ma faute; c'est à la demande du premier ministre. Nous aurions voulu qu'il en soit autrement.

I am ready for the question. But I would request a recorded vote.

Une voix: Nous avons une motion.

M. Pagtakhan: Le vote sur la motion a été annoncé, mais, avec l'indulgence du comité, j'aimerais dire quelque chose. Je sais qu'à ce stade le vote a la priorité, mais puis-je me réclamer de votre indulgence pour . . . ?

M. Richardson: Madame la présidente, pendant qu'ils en discutent, peut-être pourrions-nous trouver quelqu'un pour appuyer la motion. Ensuite, nous pourrons tous en discuter.

Une voix: La motion n'a pas besoin d'être appuyée.

M. Richardson: Pas en comité?

Une voix: Non.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): Dr. Pagtakhan, did you want to ask a question?

Mr. Pagtakhan: Non, plus maintenant.

The Vice-Chairman (Mrs. Picard): The question is on the motion proposed by Mr. de Savoye.

The clerk is going to call the members.

MAIL  **POSTE**

Canada Post Corporation/Société canadienne des postes

Postage paid

Port payé

Lettermail

Poste-lettre

K1A 0S9

Ottawa

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Justice Department:

Anne-Marie Trahan, Associate Deputy Minister, Civil Law;
Claude Joyal, Senior Counsel, Montreal Regional Office.

From Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.:

Tom Shea, Executive Vice-President;
Fred Prinzen, Vice-President and General Manager of Brockville
and Smith Falls Operations;
Eric Stille, Director of Economic Development, Town of Smiths
Falls;
Dave Paul, Economic Development, City of Brockville.

TÉMOINS

Du Ministère de la Justice:

Anne-Marie Trahan, sous-ministre déléguée, Droit civil;
Claude Joyal, avocat-conseil, Bureau régional de Montréal.

De «Shorewood Packaging Corporation of Canada Ltd.»:

Tom Shea, vice-président exécutif;
Fred Prinzen, vice-président et gérant général de leurs opérations à
Brockville et Smiths Falls.
Eric Stille, directeur du développement économique, Ville de Smiths
Falls;
Dave Paul, Développement économique, Ville de Brockville.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

xc 28
- n 39

Publication

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 4

Thursday, April 21, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 4

Le jeudi 21 avril 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la

Health

Santé

RESPECTING:

Briefing session on the Estimates process

CONCERNANT:

Session d'information sur le Budget des dépenses principale

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



First Session of the Thirty-fifth Parliament, 1994

Première session de la trente-cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, APRIL 21, 1994

(9)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 9:05 o'clock a.m. this day, in Room 536, Wellington Bldg, the Chairman, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore and Nancy Miller-Chénier, Research Officers.

Witnesses: From Treasury Board: Mel Cappe, Deputy Secretary, Program Branch; Dennis Kam, Director, Estimates Division, Program Branch; Norm Everest, Analyst, Estimates Division, Program Branch. *From the Office of the Auditor General of Canada:* Maria Barrados, Assistant Auditor General, Audit Operations Branch; William Rafuse, Principal.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee was briefed on the Estimates process.

Mel Cappe of the Treasury Board made a statement and, with Dennis Kam, answered questions.

At 9:55 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:04 o'clock a.m., the sitting resumed.

Maria Barrados made a statement and, with the other witness from the Office of the Auditor General, answered questions.

At 11:00 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

PROCÈS-VERBAL

LE JEUDI 21 AVRIL 1994

(9)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 h 05, dans la salle 536 de l'immeuble Wellington, sous la présidence de Roger Simmons (*président*).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Aussi présentes: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore et Nancy Miller-Chénier, attachées de recherche.

Témoins: Du Conseil du Trésor: Mel Cappe, sous-secrétaire, Direction des programmes; Dennis Kam, directeur, Division des prévisions budgétaires, Direction des programmes; Norm Everest, analyste, Division des prévisions budgétaires, Direction des programmes. *Du Bureau du vérificateur général du Canada:* Maria Barrados, vérificatrice générale adjointe, Opérations de vérification; William Rafuse, directeur principal.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité assiste à une séance d'information sur les prévisions budgétaires.

Mel Cappe, du Conseil du trésor, fait un exposé puis, avec Dennis Kam, répond aux questions.

À 9 h 55, la séance est suspendue.

À 10 h 04, la séance reprend.

Maria Barrados fait un exposé puis, avec l'autre témoin du Bureau du vérificateur général, répond aux questions.

À 11 heures, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

*Clerk of the Committee**La greffière du Comité*

Carmen DePape

[Text]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Thursday, April 21, 1994

[Translation]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le jeudi 21 avril 1994

• 0907

The Chairman: I call this meeting to order.

This morning we will deal with the estimates. We have two sets of witnesses. The first is from Treasury Board and the second is from the Office of the Auditor General.

Before Mr. Cappe introduces his colleagues, let me say that the purpose of these hearings today is to allow committee members an opportunity to solicit information and viewpoints. It is not meant to be an opportunity for witnesses to do their maiden speeches or do their maiden speeches the second time over. If there is basic information that the witness would like to put before us, fine, but we hope we will have brief opening statements to allow maximum time for good exchanges between committee members and witnesses.

We have to presume that members of Parliament, being very bright people, know the basic procedure for estimates, so let's leave the maximum possible time for questions and answers.

With that introduction/admonition, I invite Mr. Cappe to take the floor.

Mr. Mel Cappe (Deputy Secretary, Program Branch, Treasury Board): Mr. Chairman, let me introduce my colleagues. Dennis Kam is the director of the estimates division and Mr. Everest is the senior estimates officer. Mr. Good, who isn't here but should be arriving shortly, is the assistant secretary for expenditure management. I am the deputy secretary of the program branch responsible for expenditure management and financial management in the government.

J'aimerais prendre environ cinq minutes pour faire un survol du processus des prévisions budgétaires du gouvernement et je parlerai du processus qui est décrit dans le chapitre 6 de la Partie I du budget des dépenses pour l'année 1994-1995.

I will only spend five minutes on this because it is all laid out for you. Because we knew there would be many new members of Parliament this year, we put in chapter 6 to explain the process and give MPs an understanding of how the government does its expenditure planning, how we in the Treasury Board secretariat present the estimates, and how departments come to standing committees to explain and defend them.

• 0910

On page 62 of part I, I would draw your attention to the process of the expenditure planning cycle. This year was a little bit different from previous years. With the election taking place in October, one government set priorities in the preparation of the estimates, which were then taken over by the election. The budget preparation between November and February led to a different construction of priorities, which is reflected in this. Next year there will be a continuity of this process.

Le président: La séance est ouverte.

Ce matin, nous examinons le budget des dépenses. Nous recevons deux groupes de témoins. Le premier est du Conseil du Trésor et le second, du Bureau du vérificateur général.

Avant que M. Cappe ne nous présente ses collègues, permettez-moi de dire que la séance d'aujourd'hui a pour but de permettre aux membres du comité d'obtenir des renseignements et des avis. Elle n'a pas pour but de permettre aux témoins de faire leur première allocution ou de la présenter une seconde fois. Si les témoins veulent nous communiquer des renseignements de base, d'accord, mais nous espérons que les exposés liminaires seront très courts afin de laisser le plus de temps possible pour la discussion entre les membres du comité et les témoins.

Nous devons supposer que les députés, étant gens très intelligents, connaissent l'essentiel du processus budgétaire. Laissons donc le plus de temps possible pour les questions et les réponses.

Cette introduction ou mise en garde faite, j'accorde la parole à M. Cappe.

M. Mel Cappe (sous-secrétaire, Direction des programmes, Conseil du Trésor): Monsieur le président, permettez-moi de présenter mes collègues. Dennis Kam est directeur de la Division des prévisions budgétaires et M. Everest est agent principal. M. Good, qui devrait arriver sous peu, est le secrétaire adjoint au Secteur de gestion des dépenses. Je suis pour ma part sous-secrétaire de la Direction des programmes, responsable de la gestion des dépenses et de la gestion financière au gouvernement.

I would like to take about five minutes to give a brief overview of the government's estimates process which is described in chapter 6 of Part I of the 1994-95 estimates.

Je ne prendrai que cinq minutes puisque le texte présente toute l'information utile. Comme nous savions qu'il y aurait cette année beaucoup de nouveaux députés, nous avons ajouté le chapitre 6 pour leur expliquer le processus afin qu'ils comprennent comment le gouvernement établit la planification des dépenses, comment nous, au secrétariat du Conseil du Trésor, présentons le budget des dépenses et comment les ministères se présentent devant les comités pour les expliquer et les justifier.

•

Je vous demanderais de vous reporter à la page 66 de la Partie I où vous trouverez l'Aperçu du cycle de planification des dépenses. Il y a quelques différences par rapport aux années précédentes. Comme l'élection a eu lieu en octobre, un gouvernement a fixé des priorités lors de la préparation du budget des dépenses qui a été interrompu par les élections. La préparation du budget entre novembre et février a donné lieu à de nouvelles priorités, que l'on retrouve dans ce document. L'an prochain, il y aura davantage de continuité.

[Texte]

On page 64 you have a brief explanation of the difference between the budget and the estimates. I would like to spend one minute on this.

The estimates do not anticipate the passage of legislation. The estimates are tabled to Parliament, asking for the authority of Parliament for the government to spend money. The Financial Administration Act says that the government cannot spend money unless Parliament appropriates it. We are asking Parliament to appropriate about \$48 billion out of a total of \$163 billion this year, but we don't anticipate the passage of Bill C-17.

In the estimates we've introduced, for instance, our forecast on unemployment insurance spending is based on the act in force today, not on the act, once given royal assent, amended by Bill C-17, that will change it. That's why there is a bit of a discrepancy between the numbers you see in the budget and the numbers you see in the estimates.

Therefore, the budget talks about \$163 billion in spending and the estimates talk about \$160 billion. The difference is taken up in reserves.

The main estimates are asking for moneys for programs that have been defined already and designed. We will come back to Parliament during the course of the fiscal year with supplementary estimates, in which we will ask Parliament to vote money for programs that are currently being designed.

An example of this is the northern cod adjustment and recovery program. The main estimates ask Parliament to vote the money for April through May 15 for the NCARP program. The program Mr. Tobin and Mr. Axworthy announced recently to deal with the replacement, beginning May 15, is not in these estimates. We will come back to Parliament for supplementary estimates in due course to fund that program.

On page 65 you have an overview of the parliamentary supply cycle. I would note that there are three supply periods. Standing Order 81 of the House deems the estimates to have been reported by committee to the House, and the House votes on the estimates at the end of those supply cycles. They are in December and June and at the end of March.

The main estimates are deemed to be reported on the last opposition day, the last allotted day, in the House in June. The estimates are voted on at that point.

On page 67 you'll see the flow chart on how the appropriation acts move their way through the tabling in the House of Commons to royal assent by the Governor General.

In light of the chairman's exhortation to be brief, perhaps I could stop at that point. I and my colleagues will be pleased to answer any questions you may have about the supply process or the expenditure planning side.

The Chairman: Thank you, Mr. Cappe.

[Traduction]

À la page 68, vous trouverez une brève explication de la différence entre le budget et les prévisions budgétaires. J'aimerais prendre une minute pour en dire quelques mots.

Le budget des dépenses n'anticipe pas l'adoption de mesures législatives. Le budget des dépenses est déposé au Parlement afin que ce dernier autorise le gouvernement à dépenser de l'argent. La Loi sur la gestion des dépenses publiques prévoit que le gouvernement ne peut dépenser que les crédits votés par le Parlement. Nous demandons au Parlement de voter environ 48 milliards de dollars sur un total de 163 milliards de dollars pour cette année, mais nous n'anticipons pas l'adoption du projet de loi C-17.

Par exemple, dans le budget des dépenses que nous avons déposé, nos projections au titre de l'assurance-chômage sont établies en fonction de la loi en vigueur aujourd'hui et non pas de la loi telle qu'elle sera modifiée par le projet de loi C-17 quand ce dernier aura reçu la sanction royale. Voilà ce qui explique la légère différence entre les chiffres qui figurent dans le budget et ceux qui figurent dans les prévisions.

En effet, le budget prévoit 163 milliards de dollars de dépenses, et les prévisions, environ 160 milliards de dollars. La différence est versée à la réserve.

Le Budget des dépenses principal demande l'autorisation de dépenser pour des programmes déjà définis et dont la structure est arrêtée. Au cours de l'exercice financier, nous présenterons au Parlement un budget supplémentaire dans lequel nous demanderons au Parlement de voter des crédits pour les programmes en cours de conception.

Par exemple, notons le programme d'adaptation et de redressement de la pêche de la morue du Nord. Le Budget des dépenses principal demande au Parlement de voter les crédits nécessaires au financement du PARPMN pour la période allant d'avril au 15 mai. Le programme de remplacement annoncé récemment par M. Tobin et M. Axworthy et qui doit entrer en vigueur le 15 mai ne figure pas dans ce budget des dépenses. Nous soumettrons au Parlement en temps opportun un budget supplémentaire afin de financer ce programme.

À la page 69, vous trouverez l'Aperçu du processus d'octroi des crédits parlementaires. Je vous rappelle qu'il y a trois périodes de subsides. En vertu de l'article 81 du Règlement de la Chambre, chaque comité est réputé avoir fait rapport du budget à la Chambre, qui vote sur les crédits à la fin de ces périodes de subsides. Les échéances sont en décembre, en juin et à la fin du mois de mars.

Le rapport est réputé avoir été fait du Budget des dépenses principal le dernier jour réservé à l'opposition, le dernier jour désigné, en juin. Le budget fait l'objet d'un vote à ce moment-là.

À la page 71, vous trouverez un organigramme expliquant comment les lois de crédits franchissent toutes les étapes, du dépôt à la Chambre jusqu'à la sanction royale donnée par le Gouverneur général.

Étant donné que le président nous a sommés d'être brefs, je vais m'arrêter ici. Mes collègues et moi-même nous ferons un plaisir de répondre à vos questions sur les subsides ou la planification des dépenses.

Le président: Merci, monsieur Cappe.

[Text]

Madame Picard.

Mme Picard (Drummond): Merci, monsieur le président.

Vous avez préparé un plan financier global. De quelle façon pouvez-vous nous assurer que ce plan des dépenses fonctionnera selon les objectifs que vous avez conçus?

M. Cappe: C'est une très bonne question, car cela touche le processus d'imputabilité du gouvernement envers le Parlement et, de fait, le vérificateur général qui témoignera devant vous bientôt vous parlera de la vérification de nos programmes.

• 0915

Le processus d'imputabilité relève des volumes des prévisions comme tels et du processus par lequel vous avez déjà examiné les prévisions budgétaires du ministère de la Santé. Le budget des dépenses est composé de trois parties, c'est-à-dire, la Partie I dont je viens de parler, la Partie II où l'on retrouve toutes les dépenses de tous les ministères et la Partie III où l'on retrouve un volume sur chacun des ministères et agences du gouvernement.

Dans la Partie III du ministère de la Santé, on retrouve les objectifs, le but des dépenses et les indicateurs que le ministère a établis pour mesurer comment ils peuvent atteindre ces objectifs. Donc, l'examen que vous faites des prévisions budgétaires du ministère de la Santé pourrait commencer avec la Partie III où l'on retrouve une explication en profondeur pour chacune des dépenses.

Mme Picard: Le Conseil du Trésor s'attend à quoi de la part du Comité permanent de la santé? Vous attendez-vous à ce que l'on fasse un travail de révision, de vérification? Attendez-vous quelque chose du Comité?

M. Cappe: C'est difficile pour un fonctionnaire de dire aux députés ce qu'ils devraient faire. Je vous suggère de vous satisfaire que les objectifs sont bons et que les dépenses vont dans la direction où le gouvernement voudrait aller.

Donc, c'est difficile pour moi de vous le dire. Je pourrais parler du secrétariat du Conseil du Trésor. Le Comité permanent des opérations gouvernementales examine nos prévisions budgétaires et nous demande toujours d'expliquer nos objectifs et comment nous prévoyons les atteindre. On pourrait donc examiner les prévisions budgétaires du ministère de la Santé et demander aux fonctionnaires et au ministre de la Santé comment ils prévoient dépenser l'argent.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): I am still relatively new in Parliament and still baffled by the complexity of the process that you made look very simple in your presentation.

I have difficulty with the deadline assigned that you indicated in this report on the process. There is the deadline by which the government has to present the estimates to the committee and the deadline by which the committee has to take action on the estimates. You are really looking at March 1 to May 31. Is that right?

M. Cappe: The estimates were tabled February 28.

Mr. Pagtakhan: Officially, they can be delayed as long as March 1 before presentation to the standing committee.

[Translation]

Mrs. Picard.

Mrs. Picard (Drummond): Thank you, Mister Chairman.

You have prepared a comprehensive fiscal plan. How can you assure us that this expenditure plan will be carried out so as to meet the objectives that you have set out?

Mr. Cappe: That is a very good question, because it goes to the very accountability of the government to Parliament and, indeed, the Auditor General who will be appearing before you shortly will speak about the auditing of our programs.

Accountability with respect to estimates is ensured through the process by which you examine the estimates for the Health Department. The estimates are composed of three parts, namely Part I of which I have just spoken, Part II in which are presented all the expenditures of all the departments and Part III which is comprised of a volume on each department and government agency.

In the Part III Estimates of Health Canada, you will find the program objectives, the purpose of expenditures and the performance indicators that the Department has set to measure the achievement of objectives. Thus, in examining the budgetary Estimates for Health Canada, you might start with Part III which gives a detailed explanation for each expenditure.

Mrs. Picard: What does the Treasury Board expect from the Standing Committee on Health? Do you expect us to review and audit expenditures? Do you expect anything from the Committee?

M. Cappe: It is rather difficult for an official to tell members of Parliament what they should do. I would suggest that you satisfy yourselves that the objectives are appropriate and that the expenditures contribute to the implementation of government policy.

It would be difficult for me to say more than that. I could speak of the Treasury Board Secretariat. The Standing Committee on Government Operations examines our estimates and always asks us to explain our objectives and how we intend to meet them. We could thus examine estimates for Health Canada and ask the officials of the Department to explain how they intend to spend the money.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Je suis encore relativement nouveau au Parlement et j'ai encore de la difficulté à me retrouver dans ce processus complexe que vous faites paraître simple dans votre exposé.

J'ai du mal à comprendre la date limite dont vous avez parlé en expliquant le processus. Il y a une date limite avant laquelle le gouvernement doit renvoyer le budget des dépenses au comité et une date limite avant laquelle le comité doit se prononcer. Il s'agit de la période allant du 1^{er} mars au 31 mai. Est-ce exact?

M. Cappe: Le budget des dépenses a été déposé le 28 février.

Mr. Pagtakhan: Officiellement, on peut retarder le renvoi au comité permanent jusqu'au 1^{er} mars.

[Texte]

[Traduction]

Mr. Cappe: Yes.

Mr. Pagtakhan: Of course ministers have very busy schedules. There are fewer numbers of them now and we expect them to be in the House of Commons during Question Period, but we would also like them to appear before the committee for questioning.

• 0920

From my reading of the McGrath report, in the last few years parliamentary secretaries have been readmitted to standing committees. Apparently in the past they were not admitted, to avoid partisanship.

So my question is this. What steps could the government take to ensure that the process of examination of estimates is made more meaningful, thorough and to the satisfaction of all? Would you have any suggestions?

Mr. Cappe: I'm loathe to tell parliamentarians how to do their job, but having said that—

The Chairman: Do it anyway.

Mr. Cappe: —I will probably overstep the bounds.

The deadline is important because the Standing Orders allow the government the ensure that they will be able to meet their bills after the end of June. However, I don't think the work of the committee has to end at that point. It's obviously up to the committee to decide what its agenda will be.

In your study of the entire scope of the Department of Health, for instance, you can decide to go more deeply into areas over the course of the year, depending on the interests of the committee and its members. Once you've voted the money, it doesn't mean that you've lost the chance to examine policy or program areas. You can be sure that the department will be back in the following year and will be interested in whatever parliamentarians might say about their programs.

My other comment is partly in response to Mrs. Picard's earlier question about what instruments you have. Some people would measure the success of the estimates examination process by how many estimate items get changed. The centre for parliamentary research has noted that in the last 20 years, \$20,000 has been changed by House committees in the examination of the estimates.

I think that's a false measure of success. The measure of success is the fact that I studied up in preparation for this meeting and I knew I'd have to come here. In the preparation of the budget and through the course of the last year, I had in mind the accountability relationship that public servants and ministers have to the committee and this process. Success is not measured by how many government proposals you overturn; it's how many government suggestions have been made in light of your concerns.

I know that my colleagues from the Department of Health will take careful note of your concerns, and next year when they prepare part III of the Department of Health estimates, we'll keep in mind the concerns of the parliamentary committee.

M. Cappe: Oui.

M. Pagtakhan: Bien entendu, les ministres ont des horaires très chargés. Ils sont moins nombreux maintenant et nous attendons d'eux qu'ils soient à la Chambre des communes pendant la période des questions, mais nous voudrions aussi qu'ils comparaissent devant le comité pour répondre aux questions.

Si j'ai bien lu le rapport McGrath, les secrétaires parlementaires ont retrouvé ces dernières années le droit de siéger aux comités permanents. Apparemment, cela leur était interdit dans le passé pour éviter toute partisannerie.

Voici donc ma question. Quelles mesures le gouvernement pourrait-il prendre pour faire en sorte que le processus d'examen des prévisions budgétaires soit plus utile et plus approfondi et se fasse à la satisfaction de tous? Avez-vous des suggestions à nous faire?

M. Cappe: J'hésite à dire aux parlementaires comment faire leur travail, mais cela dit...

Le président: Faites-le quand même.

M. Cappe: ...je vais sans doute aller au-delà des limites permises.

La date limite est importante parce que le Règlement permet au gouvernement de s'assurer qu'il pourra payer ses factures après la fin du mois de juin. Cependant, cela ne signifie pas, à mon avis, que le Comité doit cesser son travail à ce moment-là. Bien entendu, c'est au Comité de décider des sujets qu'il étudiera.

Dans le cadre de votre étude sur Santé Canada, par exemple, vous pouvez décider de faire un examen plus approfondi de certains secteurs du ministère au cours d'une année, selon les intérêts des membres du Comité. Une fois les crédits votés, cela ne signifie pas que vous perdez toute possibilité d'examiner la politique et les programmes du ministère. Vous pouvez être bien certain que le ministère comparaîtra de nouveau l'année suivante et prendra note avec intérêt des commentaires des parlementaires sur ses programmes.

Mon autre commentaire se rattache en partie à la question posée plus tôt par Mme Picard sur les instruments de travail dont vous disposez. Certains mesureraient le succès de l'examen des prévisions budgétaires en fonction du nombre de postes de dépenses qui ont été modifiés. Le Centre de recherche parlementaire a noté qu'au cours des 20 dernières années, les comités de la Chambre ont obtenu, dans le cadre de leur examen des prévisions budgétaires, des modifications de l'ordre de 20 000\$.

J'estime que c'est une fausse mesure du succès. Leur succès se mesure au fait que je me suis préparé en prévision de cette réunion à laquelle je savais que je serais convoqué. Au moment de la préparation du budget et pendant toute l'année dernière, j'ai eu présent à l'esprit l'obligation de rendre compte des fonctionnaires et des ministres envers le Comité. Le succès ne se mesure pas au nombre de propositions du gouvernement dont vous obtenez l'annulation; il se mesure plutôt au nombre de suggestions du gouvernement faites en fonction de vos préoccupations.

Je sais que mes collègues de Santé Canada prendront bonne note de vos préoccupations et l'an prochain, quand ils prépareront la Partie III du Budget des dépenses de Santé Canada, ils tiendront compte, comme moi, des préoccupations du comité parlementaire.

[Text]

So I think examination of the department's estimates really goes on all year, because you're talking about issues that are programs in the Department of Health. As the department and the minister consider changes for the next program year—from a bureaucrat's point of view, that begins in June. Around July the Treasury Board sends out a call letter to departmental officials instructing them to begin the process of preparing the multi-year operational plan for the following fiscal year.

We're now a few months away from starting the process for next fiscal year. So the concerns this committee expresses in its examination of the estimates will undoubtedly be taken into account in the preparation of future multi-year operational plans, and the multi-year operational plan we're talking about is a three-year plan.

The June deadline is really there so that we can meet the payroll and the obligations we have to make payments pursuant to the request for supply. Presumably, the work of the committee is not over. Again, I don't want to tell the committee how to do its job, but I suggest that the committee's interests will be explored over the course of the year and be of relevance to this on a continuing cycle basis.

Mr. Pagtakhan: That's a very interesting commentary that you made. So for fiscal 1994-95 we lost the opportunity to have that pre-study last fall because of the election. But looking into the very immediate future, next year's budget in a sense, because we will be here for at least—Parliament is facing many years. Are you suggesting then to the committee that we should have a preview of the estimates by the fall?

• 0925

Mr. Cappe: I'm definitely not suggesting that. We couldn't be in the position of providing that. What I'm suggesting is that the programming of all government departments are programs that have a duration, which are expected to continue. Obviously they will change because of government priorities, but they're expected to continue. Therefore, your consideration of those programs, based on the information contained in the estimates that were tabled in February, is as good a database as you're going to get, plus your supplementary questions to the department during the course of this process. That gives you a fairly good foundation on which to plan for next year's estimates and for the preparation of policy and program assessments that will take place over the course of the year.

It is a cycle, and it's an ongoing cycle, but the government couldn't possibly be in a position to give you its plan in the fall, because the government's only in the process of building its budget for February. So it's really when the Minister of Finance stands up in February to present his 1995 budget, when he lays out the fiscal plan in which he sets out the fiscal framework and the context in which the detailed spending plans of the estimates will be tabled in February.

Mr. Pagtakhan: This is my last question, Mr. Chairman. When can the committee expect the government to have a sort of draft of the estimates? Therefore, that is the earliest date that we can look at that draft; in other words, a preview to have a real meaningful input.

[Translation]

Ainsi, j'estime que l'examen du budget des dépenses du ministère se poursuit pendant toute l'année car vous examinez des questions qui ont trait aux programmes du ministère de la Santé. Quand le ministère et le ministre envisageront les changements à apporter au programme de l'an prochain... Pour les fonctionnaires, ce processus commence en juin. Vers le mois de juillet, le Conseil du Trésor adressera aux fonctionnaires du Ministère une lettre les enjoignant d'entamer le processus de préparation du plan opérationnel pluriannuel pour l'exercice financier suivant.

Dans quelques mois, nous entamerons le processus pour le prochain exercice financier. Ainsi, les préoccupations exprimées par le Comité dans le cadre de son examen du budget des dépenses seront prises en compte pour la préparation des plans opérationnels pluriannuels qui sont en fait des plans de trois ans.

L'échéance du mois de juin se justifie en réalité par la nécessité de verser les salaires et de nous acquitter de nos obligations de paiements à la suite des demandes de crédits. On peut donc supposer que le travail du Comité n'est pas terminé à ce moment-là. Je ne veux pas dire au Comité comment faire son travail, mais je pense que le Comité pourrait explorer diverses questions tout au long de l'année.

Mr. Pagtakhan: C'est un commentaire très intéressant que vous faites. Ainsi, pour l'exercice financier 1994-1995, nous avons perdu notre chance de faire une préétude l'automne dernier, en raison des élections. Nous serons encore en poste pendant plusieurs années, mais ce qui m'intéresse, c'est l'avenir immédiat, à savoir le budget de l'année prochaine. Pensez-vous que le Comité devrait avoir un premier aperçu des prévisions budgétaires dès l'automne?

• 0925

Mr. Cappe: Certainement pas. D'ailleurs, nous ne serions pas en mesure de vous les fournir. Les programmes des divers ministères sont tous censés durer un certain temps. Bien sûr, le gouvernement peut toujours changer ses priorités, mais on s'attend à ce que les programmes durent plusieurs années. Par conséquent, vous pouvez très bien examiner tous ces programmes en fonction des renseignements contenus dans les prévisions budgétaires déposées en février, surtout si vous interrogez aussi le Ministère au cours du processus. Cela vous donne une bonne base pour les prévisions de l'année suivante et pour préparer votre évaluation des politiques et des programmes pour l'année.

Il s'agit d'un cycle continu, mais le gouvernement ne peut évidemment pas être en mesure de vous donner ces prévisions budgétaires à l'automne, étant donné que le budget n'est préparé que pour le mois de février. Vous devez donc attendre que le ministre des Finances dépose son budget de 1995 en février pour connaître son plan et son cadre financier et le détail de ses prévisions de dépenses.

Mr. Pagtakhan: J'ai une dernière question, monsieur le président. Quand le Comité peut-il s'attendre à ce que le gouvernement ait déjà une ébauche de ses prévisions budgétaires? Autrement dit, quand sera la première occasion à laquelle nous pourrions jeter un coup d'œil à cette ébauche pour pouvoir vraiment intervenir?

[Texte]

[Traduction]

Mr. Cappe: I can be very categoric about this because my experience for the past five years has shown me that about the earliest we get it done is about a week before it's tabled. I don't think it is feasible, quite frankly, to give parliamentary committees a preview prior to its study, because the fiscal framework will be set by the Minister of Finance, and that process, as it's exposed in this chapter 6, shows that while the planning begins around July, the Department of Finance really will do its update of its fiscal forecast in the fall.

Minister Martin will plan to consult fairly broadly in the run-up to the budget over the course of the fall and winter. Therefore, the government won't be in a position to say what will be in the estimates for the following year until really the last minute. If the open budget process that the government is talking about using in the coming year is going to be real, it can't presume that these programs will necessarily go ahead.

So the fiscal framework has to be consulted prior to the determination of the detailed spending plans, and that's why we really do run up against this deadline of going to the printing plant with hand scratches very often at the very last minute.

Mr. Pagtakhan: Thank you, Mr. Chairman.

Mr. Szabo (Mississauga South): I think it's going to take some time before members, particularly new members, really can be razor sharp with you on questions. I think we're probably all interested in getting from you some indication of where we're going, as a result of where we've been, I guess. Health, obviously right across the country, is under severe financial constraints, and it's being reflected in service delivery and cutbacks, and maybe the health care decisions are being made on the basis of financial constraint rather than on good health care principles.

Part of the process that you go through, I read here, is reviewing spending pressures. I thought maybe you could give us an idea of the pressures that you saw in the process of preparing these estimates. Maybe you could extrapolate that a little bit to see the critical expenditure pressure areas that we see.

Mr. Cappe: Mr. Chairman, I would rather defer that question to the Department of Health and the Minister of Health, if you're being specific about the health area, but just to deal with the question directly, we review this in the context of the government's spending plans and the pressures for new spending. So as we observe the committee's deliberations and realize the nature of spending pressures for new programming, and as we observe the discussion of new programming taking place, we will try to assess those and take them into the context of the fiscal framework, in the fiscal planning of the Minister of Finance.

• 0930

An example would be an issue that I think the Auditor General will be talking about shortly, which is the seniors strategy. We observe that, as the aging of the population occurs, and as people with grey in their beards come to appear before you, like myself, there are different health needs.

The demand for health care, which is largely delivered by the provinces, of course, and the nature of health spending is going to change over the coming years. So the nature of those pressures that we would be looking at is of the things that are

M. Cappe: Je peux vous répondre de façon très précise: d'après ce que j'ai vu au cours des cinq dernières années, le plus tôt, c'est à peine une semaine avant son dépôt. Je ne crois pas qu'il soit possible, à vrai dire, de donner aux comités parlementaires un aperçu des prévisions budgétaires, parce que c'est le ministre des Finances qui décide de son cadre. et comme on vous l'explique au chapitre 6, le processus commence au mois de juillet; par conséquent, le ministère des Finances attendra l'automne pour mettre à jour ses prévisions financières.

Le ministre Martin a l'intention d'entreprendre de nombreuses consultations au cours de la préparation de son budget, c'est-à-dire au cours de l'automne et de l'hiver. Le gouvernement ne sera donc pas en mesure de dire, avant la toute dernière minute, quelles seront ses prévisions budgétaires pour l'exercice suivant. Si on veut vraiment ouvrir le processus budgétaire comme il en est question, on ne peut donc rien présumer de ses programmes.

Comme il doit y avoir consultation avant l'élaboration détaillée des plans de dépenses, vous comprenez maintenant pourquoi nous arrivons à la dernière minute à l'imprimerie, avec des ébauches maintes fois corrigées.

M. Pagtakhan: Merci, monsieur le président.

M. Szabo (Mississauga-Sud): Il faudra un certain temps aux nouveaux députés, pour comprendre comment poser les bonnes questions. Nous aimerais bien que, à défaut de nous dire ce qu'a fait le gouvernement par le passé, vous puissiez nous expliquer vers quoi il s'oriente. Partout au Canada, les services de santé font l'objet de graves compressions financières, et j'ai l'impression que les décisions en matière de soins de santé s'appuient sur des considérations financières plutôt que sur des principes de bonne santé.

D'après ce que je lis ici, le processus de planification financière utilise l'évaluation de nouveaux facteurs de dépenses. Vous pourriez peut-être nous expliquer ce que sont ces facteurs, en tout cas ceux que vous avez constatés au moment de la préparation des prévisions budgétaires, et nous dire si certains sont plus importants.

M. Cappe: Monsieur le président, je préférerais que vous posiez la question au ministre de la Santé et à ses fonctionnaires, surtout si c'est le secteur de la santé qui vous intéresse particulièrement; mais je puis tout de même vous dire que nous devons tenir compte de l'ensemble des plans de dépenses du gouvernement et des nouveaux facteurs de dépenses. Donc, à la lumière des délibérations du Comité et à la lumière des nouveaux facteurs de dépenses, nous étudions et évaluons les nouveaux programmes proposés dans le cadre du processus de planification financière du ministre des Finances.

Prenons par exemple la stratégie sur le troisième âge dont parlera tout à l'heure sans doute le Vérificateur général. Il est évident que plus la population vieillit, c'est-à-dire plus les gens grisonnent comme moi, et plus les besoins en matière de services de santé changent.

Autrement dit, la demande en soins de santé, qui relève de la province, de même évidemment que la nature des dépenses en matière de santé ne pourront qu'évoluer au fil des prochaines années. Cette caractéristique de la population

[Text]

coming out of the public domain and going through the department, which the department identifies as the kind of spending it thinks it will have to undertake. That's why I'd rather you ask this specific question of the department.

Health is a very interesting area and a very difficult one because of the jurisdictional issue of the delivery being done by the provinces and a lot of the financing coming from the federal government. So the pressures are in specific areas. I used seniors as an example; health of children is another one; and the general pressure we're observing in federal-provincial discussions for established program financing and the transfers from the federal government to the provinces for the delivery of the health care system.

Mr. Szabo: I understand that it's not your role to determine policy on health care. Your focus, as officials of Treasury Board, is to make sure we get our best position on the financial commitments and undertakings.

Being an accountant by profession, in putting the numbers together you still have to understand what happened, although perhaps not justify where we're going or where we've been. So perhaps I'll step back and say that we have history here, and I know the public accounts look at history, but you put the estimates together the last time around. What really happened, compared to what the estimates were for that year?

Mr. Cappe: Just to come back to the issue of pressures, the government's red book, which it issued in the course of the election, had identified a number of health initiatives that one could look at as pressures, if you will, in the context we were talking about. So as we go into the next fiscal year we will be looking at those kinds of issues as they come up.

In the budget there was a table 7 that identified the "creating opportunity" initiatives that the government had identified in the run-up to the election and how they would be funded. In that table there were four particular issues related to health: the national forum on health, women's health, pre-natal nutrition, and the aboriginal head-start program. Those four programs had been identified and the budget explained how they would be financed.

To come to the specific question of how you can assess whether the department is actually meeting its objectives or not, in the part III to the estimates the department sets out, under... The other aspect I should talk about is the program structure. The department is broken down into programs so that Parliament can have some control over the spending. It has separate votes for each program, so you vote money for health protection, as distinct from health promotion. In the part III to the department identifies the objectives it intends to achieve under each of those programs. So the objective under programs and services is to develop, promote, and support measures to preserve and improve the health and well-being of Canadians. That's pretty broad.

It goes through a description, then follows with a resource summary of where they've gone, and explains where the change in the money has come from. Then it provides performance information and resource justification—this is starting to get to

[Translation]

devient pour le Ministère une priorité et est donc identifiée comme un nouveau facteur de dépenses. Voilà pourquoi je vous demanderais plutôt de poser votre question au ministère.

La santé pose un problème particulier du point de vue de la compétence, puisque la prestation des services relève des provinces mais que le gouvernement fédéral assume la majorité du financement. J'ai utilisé le troisième âge comme exemple de nouveaux facteurs de dépenses, mais il y en a d'autres comme la santé des enfants; n'oublions pas non plus le rôle que jouent les négociations entre le gouvernement fédéral et les provinces au sujet du financement des programmes établis et au sujet du transfert vers les provinces de la prestation des soins de santé.

Mr. Szabo: Si je comprends bien, il ne revient pas au Conseil du Trésor de décider de la politique en matière de soins de santé, mais plutôt de vous assurer que l'on rentabilise les engagements et les entreprises d'ordre financier.

Comme je suis comptable de profession, j'aime bien comprendre à quoi correspondent les chiffres que vous colligez pour nous, même si vous n'avez pas à les justifier. J'essayerai donc de jeter un regard historique sur ces chiffres, comme le font les Comptes publics. Mais puisque c'est vous qui avez préparé les prévisions budgétaires la dernière fois, pouvez-vous nous expliquer la différence entre celles-là et celles que nous étudions aujourd'hui?

M. Cappe: Revenons un instant aux nouveaux facteurs de dépenses: le Livre rouge du gouvernement qu'il a rendu public au moment de la campagne électorale identifiait un certain nombre d'initiatives en matière de santé que l'on peut considérer aujourd'hui comme étant de nouveaux facteurs de dépenses. Vous pourrez donc voir comment ils se concrétiseront au cours du prochain exercice.

Dans le budget, on présentait au tableau 7 des mesures de création d'emplois que le gouvernement avait identifiées avant les élections ainsi que leur mode de financement. On y retrouve quatre grands thèmes particuliers: le forum national sur la santé, la santé de femmes, la santé des nouveaux nés et l'aide préscolaire aux Autochtones. Le budget explique donc comment ces quatre grands programmes sont sensés être financés.

Revenons maintenant à votre question, à savoir comment il est possible d'évaluer si le Ministère répond vraiment à ses objectifs ou pas, et pour ce faire il faut se reporter à la partie III du Budget des dépenses. Mais j'aimerais aborder aussi la question de la structure des programmes. Le Ministère est divisé en programmes pour que le Parlement ait un droit de regard sur les dépenses. Chaque programme fait l'objet d'un crédit distinct, de sorte que l'on peut affecter des crédits à la protection de la santé ou à la promotion de la santé. Dans la Partie III, le Ministère se fixe des objectifs pour chacun de ces programmes. L'objectif des programmes et services, par exemple, c'est d'établir, de promouvoir et d'appuyer des mesures visant à préserver et améliorer la santé et le bien-être des Canadiens. C'est un objectif très vaste.

Ensuite, on décrit cette activité et on donne un sommaire des ressources tout en expliquant où sont survenus les changements. Puis, on inclut des données sur le rendement et on justifie les ressources, ce qui vous intéressera sans doute. On

[Texte]

the point you were getting at. It identifies the kinds of performance indicators it will use and is using, and reports on how well it has met those in terms of how it spent the money two years ago.

• 0935

Now remember, we haven't closed the books yet on 1993-94, so this is reporting on the forecast spending for 1993-94, because when this was prepared we were still in the 1993-94 fiscal year.

It does identify the kinds of performance measures that it intends to achieve and then reports against it and says that we either are or are not. . .

I should indicate that officials are never satisfied. Certainly we're never satisfied with the quality of the performance measures we have. The nature of government is such that we don't have bottom lines quite the way the private sector does, and therefore the difficulty in identifying measurable output is a bit more difficult in government programming.

So to come back to that objective, broadly defined, of promoting and supporting measures to preserve and improve the health and well-being of Canadians, we can have performance measures but it's hard to get them in the short run. We can look at mortality and morbidity, and we can look at a number of indicia of health, but those change over long periods and with great trends.

So to hold the Department of Health to account for how it spent its money last year in meeting that objective is very difficult. But the department does try to put those in here as indicators, and you can come to your own judgment about whether they've done a good job or not.

Mr. Szabo: Mr. Chairman, I'm going to try one more time.

This expenditure planning cycle chart says the treasury board secretariat reviews spending pressures in July. I can only assume that spending pressures means looking at what has happened, whether that is going to continue, and maybe if there are any new trends.

We don't anticipate legislation, etc., so really it's almost like a budget variance analysis that I'm asking you about. I'm saying that we did estimates before. They're prepared under certain criteria; we know exactly how they were prepared.

Let me be really poignant. What really happened compared to the former estimates in the last fully reported fiscal period, to give us an idea? I don't think, and I'm sure that you are aware of it, that we are going to, right now, on a line-by-line or program-by-program basis, get an idea here.

Do you know what I'm really asking? I'm asking whether you know what we thought was going to happen and how good we hit that. How much reliance should I place on this? I'll study it program by program. You tell me whether you think, as a member of Parliament, that I should put great credence on these estimates because you do the job in a very thorough fashion, or are you just telling me that we'll throw it together, it's pretty soft, don't bet your life on it? Give me an idea about what the ballpark is.

[Traduction]

vous énumérez les indicateurs de rendement dont on se servira pour expliquer l'évolution des dépenses au cours des deux dernières années.

• 0935

Rappelez-vous que nous n'avons pas encore fermé le livre pour 1993-1994, et que nous rendons compte ici des prévisions de dépenses pour ce même exercice, qui était encore en cours au moment où tous ces chiffres ont été colligés.

On énumère les indicateurs de rendement qui permettent d'évaluer la réussite ou l'échec du programme.

Vous savez, les gens de mon ministère ne sont jamais satisfaits de la qualité de nos mesures de rendement. On ne peut pas comparer le gouvernement au secteur privé, et lorsqu'il s'agit de programmes gouvernementaux, il est donc plus difficile d'identifier le rendement et de le mesurer.

Si nous revenons à cet objectif largement défini qui vise à établir, promouvoir et appuyer des mesures visant à préserver la santé et le bien-être des Canadiens, on a beau avoir des indicateurs de rendement, il est difficile de les mesurer à court terme. On peut bien regarder les taux de mortalité et de morbidité et avoir toute une série d'indicateurs de santé, ces facteurs changent au fil de longues périodes et selon les grandes tendances.

Il devient donc extrêmement difficile de dire au Ministère de la Santé qu'il n'a pas bien dépensé ses fonds l'année dernière et qu'il n'a pas répondu à tel ou tel objectif. Mais comme le Ministère essaye d'établir des indicateurs de rendement, vous pouvez vous-même juger de sa réussite ou de son échec.

M. Szabo: Monsieur le président, je tente ma chance encore une fois.

Le cycle de planification des dépenses montre que le secrétariat du Conseil du Trésor examine les facteurs de dépenses en juillet. Si je comprends bien, cela signifie que l'on examine ce qui a été fait, si cela vaut la peine d'être poursuivi et s'il y a de nouvelles tendances.

Comme nous ne prévoyons pas déposer de nouvelles mesures législatives, il s'agit presque d'une analyse de l'écart budgétaire. Nous avons déjà fait des prévisions budgétaires, nous en connaissons les critères et nous savons exactement comment elles ont été préparées.

Je serai précis: pouvez-vous nous dire quel est l'écart par rapport aux prévisions budgétaires précédentes, c'est-à-dire ce qui s'est passé au cours du dernier exercice? Il ne s'agit pas, comme vous vous en doutez bien, de nous faire une analyse détaillée de tous les programmes.

M'avez-vous compris? Dites-moi si nous avions une bonne idée de ce qui allait se passer et si nos prévisions se sont réalisées. Autrement dit, dois-je me fier à ces prévisions-ci et étudier les programmes l'un après l'autre. Dites-nous si les députés peuvent se fier à ces prévisions budgétaires parce que vous faites un travail sérieux ou dites-nous au contraire si elles sont vagues et que je ne devrais pas parier ma chemise sur elles? Pouvez-vous nous donner un ordre de grandeur?

[Text]

Mr. Cappe: Okay, Mr. Chairman, I apologize, because I really didn't understand the question.

Let me say that it isn't under the study of spending pressures. I'll give you the example of pressures and then come directly to your question.

An example of the pressures that we study, for instance, is in the provision of health services to Indians on reserve. On reserve Indian health, we study those pressures for new spending because we're looking at the growth in the aboriginal population and the kinds of pressures that program is coming under. That's why I may not have addressed your question directly earlier, because it isn't in that area that we actually look at, under spending pressures, whether we did a budget variance analysis. It is, however, in the part III's that we try to do that.

The simple answer to Mr. Szabo's question regarding whether you can have comfort on this or not, whether these are good estimates or not... I can honestly say that these are as good as we think we can get them and that you can have confidence in them. These are not put together in slapdash fashion. We do look at the issue of accountability to Parliament as a very serious one. Therefore, the information provided in the estimates is about as good as you're going to be able to get. We can always improve them, and we're always trying to improve them.

I hesitate to suggest that you ask the Auditor General's representatives when they're here whether they think these are good or not, but I think that would be a fair question to ask them. My sense is that these are very good. I'm flying a little bit blind here, but in the Department of Health's estimates in part III, under "workload", you have measures of how the money was spent.

• 0940

Let us pick an example. They provide the number of enforcement actions for non-compliance, ensuring that the risks of marketed drugs are minimized. They provide the actual numbers of recalls, seizures, voluntary disposals and import refusals. You can situate that vis-à-vis the activity they thought they would have earlier.

Under the health protection branch they provide expert testimony and the results of qualitative chemical analyses. The actual number of samples of cannabis they had studied is also specified. You can then look at their forecast—what they thought they would spend—and compare this with the actual measures they had provided.

So I think I can assure the committee that the material in the estimates is very good and reliable. It may not answer all the questions you have, but we have faced this difficulty.

I think Mr. Pagtakhan's question earlier related partly to the amount of material we provide, which may be too much. I'm now admitting that in many ways it may be inadequate because we can't provide everything. So we try to provide it in as useful a fashion as possible.

I hope that answers your question. The estimates is not the only place you can get all this information.

[Translation]

M. Cappe: Monsieur le président, excusez-moi, je n'avais pas bien compris la question.

D'entrée de jeu, je dirais que cela n'a rien à voir avec l'étude des nouveaux facteurs de dépenses. Je vous en donnerai un exemple, et puis je répondrai directement à votre question.

Prenez le cas de la prestation des services de santé aux Indiens dans les réserves: voilà un exemple des facteurs de dépenses que nous étudions. Dans les réserves indiennes, il faut évaluer la croissance de la population autochtone et le type de pressions qui s'exercent sur les programmes existants. Je n'avais pas bien compris votre question au sujet des facteurs de dépenses, mais ce ne sont pas les nouveaux facteurs de dépenses qui nous permettent d'analyser les écarts budgétaires. Pour ce faire, nous nous tournons plutôt vers la Partie III.

Arrivons-en maintenant à la question de M. Szabo au sujet de la confiance que l'on peut accorder ou pas aux prévisions budgétaires. Vous pouvez avoir confiance en ces chiffres, car ils sont les plus précis possibles. Nous ne les avons pas colligés au petit bonheur. Nous avons à cœur notre responsabilité à l'égard du Parlement. Par conséquent, l'information contenue dans les prévisions budgétaires est la plus exacte possible. Mais il est toujours possible d'être plus précis encore.

J'hésite à vous suggérer de demander aux représentants du Vérificateur général ce qu'ils en pensent, mais vous pourriez toujours le faire. Je ne crains pas leur critique. J'y vais à vue de nez, mais vous trouverez du Budget des dépenses du ministère de la Santé à la Partie III, sous la rubrique «Charge de travail», une explication de la façon dont le budget a été dépensé.

Prenons un exemple. On vous parle ici des mesures appliquées afin de réduire le plus possible les risques que présenteraient les médicaments commercialisés: on vous donne même le nombre de rappels, de saisies, d'éliminations volontaires et de refus d'importation. Vous pourrez comparer ces chiffres à ceux qui leurs servaient de prévisions.

La Direction de la protection de la santé témoigne à titre d'expert et fournit des résultats d'analyses chimiques qualitatives. On vous donne même le nombre total d'échantillons de cannabis analysés. Il vous suffit alors de comparer ce chiffre à celui qui avait été fourni précédemment dans les prévisions budgétaires qui représentent ce que la Direction pensait devoir dépenser.

Je peux assurer les membres du Comité que tout ce qui se trouve dans les prévisions budgétaires est bien fondé. Les renseignements contenus ne pourront peut-être pas répondre à toutes vos questions, mais vous comprenez maintenant pourquoi.

Monsieur Pagtakhan s'interrogeait plus tôt sur la quantité d'informations que nous vous fournissons, et c'est peut-être trop. Comme nous ne pouvons pas répondre à tout, l'information est peut-être inadéquate. Mais nous essayons de vous fournir les renseignements les plus utiles possibles.

Ai-je répondu à votre question? Pour avoir toute l'information voulue, les prévisions budgétaires ne vous suffisent peut-être pas.

[Texte]

The Chairman: In the absence of other interveners, I would like to raise a couple of questions with the witnesses.

The government is restructuring. Health is now health, for example, as opposed to health plus other areas. Yet the Department of National Health and Welfare Act still governs. When the legislation hasn't caught up with the restructuring, what kinds of wrinkles does that introduce? What kinds of wrinkles does that introduce in terms of your responsibility for budget estimates preparation?

Mr. Cappe: Mr. Chairman, that's a good question. In chapter 6 we provide a crosswalk of the actual departments and the estimates we provided. At the tail end of chapter 6 there is a discussion of the new structure of the government. The estimates are provided by ministries as they exist under the new structure. There is legislative authority for all those departments. The transfer of duty orders, which were passed by Order in Council in June and November, are the legal authority for this structure.

The wrinkles, for example, are that the fitness and amateur sport program used to be in the Health and Welfare estimates and they now show in the Canadian Heritage estimates.

So we've provided that little outline in chapter 6 as a bit of a crosswalk.

To come back to Mr. Szabo's question, as people want to go back to last year's estimates and see what they said they were going to do and whether they actually did it or not, they'd be able to find where to look. On that basis, the estimates this year were a little more complicated to put together. On the other hand, the issue of legislation is not a problem because of the transfer of duty order. So there is a legal authority for this.

The estimates, however, are more complicated. Canadian Heritage has many programs that were in Health and Welfare last year. The Department of Human Resources Development has many programs that were in the health and welfare department as it was last year. But the Department of Health, which I understand is this committee's mandate, is fully represented in part III of Health Canada's estimates.

The Chairman: I have one other quick question. Could you take almost any example in the health department under the heading of expenditure and give us some history of what kind of figure would come forward from the department initially and what you do with it? Do you have a rule of thumb that you pare back by x percent? Or do you find that generally the figure that's generated by the department for that heading is a fairly realistic one?

[Traduction]

Le président: Puisqu'il n'y a pas d'autres intervenants, j'aime-rais interroger moi-même les témoins.

Le gouvernement est en train de se restructurer et désormais, le ministère de la Santé s'occupe uniquement de santé. Toutefois, il est toujours régi par la Loi sur le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social. Lorsque la restructuration devance la loi, quelles répercussions cela peut-elle avoir? Comment cela peut-il influer sur votre préparation des prévisions budgétaires?

M. Cappe: Excellente question, monsieur le président. Au chapitre 6, nous expliquons comment faire le lien entre les nouveaux ministères et les prévisions budgétaires. À la fin du chapitre, on explique la nouvelle structure du gouvernement. Les prévisions budgétaires nous sont fournies par les ministères tels qu'ils existent en vertu de la nouvelle structure. Tous ces ministères ont été créés en vertu de textes législatifs. Des décrets en Conseil adoptés de juin à novembre ont transféré les fonctions de l'un à l'autre.

La difficulté vient de ce que, par exemple, les programmes de santé et de sport amateur qui, autrefois, se trouvaient dans les prévisions budgétaires de Santé et de Bien-être se retrouvent maintenant dans les prévisions budgétaires du Patrimoine canadien.

Mais le chapitre 6 vous permet de vous y retrouver.

Pour revenir à la question de M. Szabo, ceux qui veulent voir si les prévisions budgétaires de l'année dernière se sont concrétisées ou non s'y retrouvent facilement. Il est vrai qu'à cause de la restructuration, il a été plus difficile de préparer les prévisions budgétaires de cette année. Par ailleurs, il n'y a pas de difficultés sur le plan législatif puisqu'il y a eu passation des fonctions par décret. Tout est donc légal.

Les prévisions budgétaires sont devenues plus complexes, il est vrai. Le ministère du Patrimoine canadien administre maintenant plusieurs programmes qui appartenaient l'année dernière à Santé et Bien-être. Le ministère du Développement des ressources humaines a lui aussi hérité de plusieurs programmes dont se chargeait le ministère de la Santé l'année dernière. Mais le ministère de la Santé, qui intéresse au premier chef votre comité, est pleinement représenté dans la Partie III du Budget des dépenses de Santé Canada.

Le président: Une autre brève question. Pouvez-vous nous donner un exemple de dépenses dans ce ministère et nous expliquer ce qui arrive lorsque le ministère vous donne certains chiffres. Lorsque le ministère vous envoie une prévision de dépenses, est-ce que vous décidez de façon systématique de le rogner d'un pourcentage donné? Ou au contraire avez-vous constaté que le chiffre fourni par le ministère pour le poste en question est réaliste?

• 0945

Mr. Cappe: We don't have a standard rule of thumb where we entice people to ask for 5% more and then cut them back. In the multi-year operational planning process we study requests from departments through the course of November. Departments provide a resource request in October and the minister responsible asks the Treasury Board of ministers to approve that money.

M. Cappe: Nous n'avons pas l'habitude d'effacer en sorte que le Ministère soit encouragé à demander 5 p. 100 supplémentaires, par exemple, pour les lui retirer ensuite. C'est en novembre que nous étudions les demandes des ministères dans le cadre de notre plan opérationnel pluriannuel. Les ministères nous font leurs demandes en octobre et le ministre responsable demande au Conseil des ministres d'approuver les prévisions.

[Text]

Through the course of November we in the secretariat study that and come to a judgment on each individual resource request. We try to assess whether that money is necessary or not and then we make a recommendation to the Treasury Board of ministers.

In December, based on the request from the department and the recommendations of the secretariat, the Treasury Board decides whether to authorize that money or not. That then is fit into the fiscal framework that goes into budget planning for the Minister of Finance. The Treasury Board then considers—just before the tabling of the estimates—what the final numbers should be.

If you're asking me to comment on the requests from the Department of Health, my sense is that those requests are usually very responsible. They don't ask for outlandish pots of money. They have a very high workload. I would say they have excess demand rather than excess capacity. The public always wants more and better health.

We look at the resource request they make, try to come to as informed a judgment as we can on what we think is legitimate, and then recommend to ministers what they should authorize. I would characterize the Department of Health then as a good corporate citizen.

I hope the chairman doesn't ask me for examples of bad corporate citizens.

The Chairman: Okay, folks. We're doing well on time. We have another set of witnesses whom we hope to have on by 10 a.m. That gives us about fifteen minutes.

Mr. Scott.

Mr. Scott (Skeena): Thank you very much, Mr. Chairman.

Thank you for appearing. On this question I may be speaking to the wrong people. I mention that in advance so I won't appear too stupid when you tell me that.

The largest chunk of money from Health Canada is transferred to the provinces for the delivery of health care at that level. I would like to understand that process. I think this is an appropriate place to put the question, and I would like to understand the formula as well as the timing of that process. I see an acknowledgement of adjustments from previous years that are included in these figures, year by year. Could you explain that process, please?

Mr. Cappe: Of course. The act, which has one of the longest titles I can recall—the Federal-Provincial Fiscal Arrangements and Federal Post-Secondary Education and Health Contributions Act—is an act of Parliament that establishes the formula. I am not fully familiar with the details of the formula.

In that act there is a formula established that determines the total amount of money that will go to the provinces, as well as the provincial breakdown of that money. I am not unfortunately an expert in the details of the operation of that formula. My colleagues in Health Canada or the Department of Finance would be able to give you details on your concern.

[Translation]

C'est donc en novembre que notre secrétariat étudie individuellement chaque demande de fonds. Nous essayons de déterminer si les sommes demandées sont nécessaires, puis nous faisons une recommandation au Conseil des ministres.

En décembre, le Conseil du Trésor décide d'autoriser les fonds ou pas, en fonction de la demande du ministère et des recommandations du secrétariat. La décision est intégrée au cadre financier qui fait partie de la planification budgétaire du ministre des Finances. Enfin, le Conseil du Trésor décide des chiffres définitifs, juste avant le dépôt des prévisions budgétaires.

Si vous voulez savoir ce que je pense des dépenses du ministère de la Santé, je vous dirais qu'elles sont d'habitude très raisonnables. Ce ministère n'a pas l'habitude de demander des sommes faramineuses. De toute façon, sa charge de travail est énorme et il fait l'objet de beaucoup trop de demandes par rapport à sa capacité. La population veut toujours avoir de meilleurs services de santé.

Après avoir reçu sa demande, nous essayons d'en arriver à une décision aussi informé que possible sur ce qui est légitime, puis nous faisons notre recommandation aux ministres. Je dirais que le ministère de la Santé est un ministère responsable.

J'espère que le président ne me demandera pas de donner en exemple de ceux qui ne le sont pas.

Le président: Bien. Nous sommes à l'heure, mais nous devons entendre d'autres témoins vers 10 heures. Il nous reste donc environ quinze minutes.

Monsieur Scott.

Mr. Scott (Skeena): Merci beaucoup, monsieur le président.

Merci aux témoins d'avoir comparu. Sur ce sujet, j'ai l'impression que je m'adresse aux mauvaises personnes. Si je vous le dis à l'avance, c'est que je ne veux pas avoir l'air trop stupide.

La plus grande part de l'argent qui va à Santé Canada est transférée aux provinces pour la prestation des soins de santé à ce niveau. J'aimerais comprendre comment cela fonctionne. J'ai l'impression que c'est l'endroit approprié pour poser ma question, et j'aimerais comprendre la formule de transfert ainsi que la façon dont cela se déroule. Je vois que les chiffres sont rajustés d'une année à l'autre en fonction des transferts. Pouvez-vous nous expliquer ce processus?

M. Cappe: Bien sûr. La Loi sur les arrangements fiscaux entre le gouvernement fédéral et les provinces et sur les contributions fédérales en matière d'enseignement postsecondaire et de santé est celle qui établit la formule de transfert, mais je n'en connais pas tous les détails.

La loi prévoit une formule qui détermine la somme totale à verser aux provinces ainsi que la ventilation par province. Je n'en connais malheureusement pas très bien le fonctionnement. Mais mes collègues de Santé Canada et du ministère des Finances pourraient vous en parler plus en détail.

[Texte]

In part one on page 46 there is a brief outline of how that established programs financing for post secondary education and health operates, and you can see the numbers there. In health, for insured services in extended health care under EPF, you can see it going from \$7.023 billion last year to \$6.7 billion for the 1994-95 main estimates.

As I indicated earlier, the estimates are based on the legislation in place. This is statutory spending, so we're not asking Parliament to vote the moneys. That's an information item for Parliament. Basically the operation of that statute provides that money through the course of the year.

• 0950

Mr. Scott: Do you know when that takes place year by year? How long after the fact?

Mr. Cappe: The act provides for payments on a quarterly basis so that the actual flow of the money—

Mr. Scott: It's after the fact. I'm wondering how long after.

Mr. Cappe: I'm not sure what you mean by after the fact.

Mr. Scott: Essentially the provinces are reimbursed. Is that not correct?

Mr. Dennis Kam (Director, Estimates Division, Program Branch, Treasury Board): No, this is a transfer payment. There's no reimbursement on expenditures. It's just simply a transfer based on per capita entitlement. We just calculate under the formula.

Mr. Scott: So it's a per capita payment after the fact?

Mr. Kam: No, it's an ongoing annual payment and there are prior adjustments as revised population estimates appear.

Mr. Cappe: Last year, because the 1991 census came out, there were revisions and adjustments based on the population changes.

As Mr. Kam suggests, the actual payments are purely deterministic. The element of paying back is based on old population numbers but the payments are ongoing.

Mr. Scott: Thank you.

Mr. Pagtakhan: On page 28 of part III, the financial requirements are listed by activity. I have also reviewed the column of figures listing changes. Would the figures in parentheses be a decrease from those forecast in the estimates?

Mr. Cappe: That's right.

Mr. Pagtakhan: Okay. Then with respect to the given activity, what exactly do you mean when you refer to forecast in relation to the estimates?

Mr. Cappe: That's the forecast. Remember, this is tabled before the fiscal year-end, so it's what we expect to have spent in the course of 1993-94 vis-à-vis what we plan to spend this year, 1994-95.

[Traduction]

À la page 48 de la Partie I, on vous explique brièvement comment fonctionnent les programmes établis de financement au titre de l'éducation postsecondaire et de la santé. Pour ce qui est des services de santé assurés et des services complémentaires de santé au titre du financement des programmes établis, vous voyez que l'on passe de 7,023 milliards pour l'année dernière à 6,7 milliards de dollars pour le Budget principal de 1994-1995.

Je répète que les prévisions budgétaires s'appuient sur une loi en vigueur et qu'il s'agit donc de dépenses statutaires. Le Parlement n'a pas à voter les crédits. Il s'agit là d'une information pour la gouverne du Parlement. La loi prévoit que ces sommes sont versées tout au long de l'année.

• 0950

M. Scott: À quel moment de l'année cela se fait-il? Avec quel décalage?

M. Cappe: La loi prévoit que les versements se font tous les trimestres de sorte que l'acheminement réel de l'argent...

M. Scott: Cela se fait donc avec un certain décalage; mais de quelle durée est-il?

M. Cappe: Qu'est-ce que vous entendez par décalage?

M. Scott: En fait, est-ce que l'on ne rembourse pas les provinces?

M. Dennis Kam (directeur, Division des prévisions budgétaires, Direction des programmes, Conseil du Trésor): Non, il s'agit de paiements de transfert et non pas de remboursement des dépenses. Il s'agit d'un transfert de fonds établi selon le nombre d'habitants. Les calculs se font selon la formule.

M. Scott: Il s'agit donc d'un versement per capita à posteriori?

M. Kam: Non, il s'agit de paiements annuels versés de façon continue et qui sont rajustés au fur et à mesure que les données démographiques sont révisées.

M. Cappe: L'année dernière, à la suite de la publication des résultats du recensement en 1991, on a dû réviser et rajuster les paiements.

Comme l'a dit M. Kam, les paiements réels sont déterminés à l'avance. Le calcul du transfert s'appuie sur d'anciennes données démographiques mais les paiements sont continus.

M. Scott: Merci.

M. Pagtakhan: À la page 29 de la Partie III, on énumère les besoins financiers par activité. À la colonne intitulée «Différence», les chiffres entre parenthèses indiquent-ils une diminution par rapport à ce qui était prévu au budget de l'an passé?

M. Cappe: C'est exact.

M. Pagtakhan: Bien. Dans ce cas, qu'entendez-vous exactement par budget prévu en regard d'une activité donnée?

M. Cappe: C'est ce qui est prévu. Rappelez-vous que ces chiffres sont déposés avant la fin de l'exercice, de sorte qu'il s'agit de ce que le Ministère s'attend à avoir dépensé pendant 1993-1994 par rapport à ce qu'il a l'intention de dépenser au cours de cette année-ci, soit 1994-1995.

[Text]

[Translation]

Mr. Pagtakhan: So we are planning to spend less on national health and surveillance. Am I right?

Mr. Cappe: Yes.

Mr. Pagtakhan: Less as well on health insurance?

Mr. Cappe: That's correct.

Mr. Pagtakhan: That is the transfer payments basically?

Mr. Cappe: Yes.

Mr. Pagtakhan: In a summary on page 2-55 of the report, health insurance is said to account for approximately 82% of the activity of the department. Am I reading it correctly?

Mr. Cappe: I haven't done the calculation but that sounds about right.

Mr. Pagtakhan: Okay. On page 2-58, figure 17 shows the breakdown of the entitlements, cash and tax transfers. Insofar as the tax transfers are concerned for the three-year fiscal period from 1992 to 1994-95, am I reading correctly that there was an increase in the tax transfers?

Mr. Cappe: Yes. I should have mentioned in response to Mr. Scott that the act I referred to provides for the federal government to cede tax room as well as to make cash transfers to the provinces. The decline in cash is more than compensated by the increase in the tax transfers.

Mr. Pagtakhan: Right. Insofar as the Canada Health Act is concerned, am I right in understanding that the leverage the federal government has in trying to invoke adherence to the principles and objectives of the Canada Health Act only relates to the cash transfer? Is that correct?

Mr. Cappe: That is correct. The five principles enunciated in the Canada Health Act are that leverage, and it relates to the cash transfers.

Mr. Pagtakhan: So when we see the decreasing amount of cash transfers—am I reading it correctly, \$7,337,285 to \$7,102,254 to \$6,713,000?

Mr. Cappe: Yes.

• 0955

Mr. Pagtakhan: Is it fair for me to infer that if we can measure it in those terms, we have decreasing leverage?

Mr. Cappe: That's a judgment you'll have to come to. I would think a billion-dollar cash transfer is still significant leverage.

Mr. Pagtakhan: It is. I am not at all suggesting that it is not. I think it is a very significant one. I'm thinking of the direction of change.

Mr. Cappe: Insofar as the proportion of cash is declining in many provinces, yes, I think that's a fair comment.

Mr. Pagtakhan: As a committee, then, depending on where we would like to see a given activity go and where we would like to see the Canada Health Act be safeguarded, these are the figures we would like to pay attention to. I'm looking at process, not asking for—

M. Pagtakhan: Donc, si j'ai bien compris, on s'attend à dépenser beaucoup moins au titre de la surveillance de la santé nationale, n'est-ce pas?

M. Cappe: En effet.

M. Pagtakhan: Et moins aussi au titre de l'assurance-santé?

M. Cappe: C'est exact.

M. Pagtakhan: Et cela à cause des paiements de transfert, n'est-ce pas?

M. Cappe: Oui.

M. Pagtakhan: Au résumé de la page 2-64, on explique que l'assurance-santé représente environ 82 p. 100 de toutes les activités du Ministère, ai-je bien compris?

M. Cappe: Je n'ai pas fait les calculs, mais cela m'a l'air exact.

M. Pagtakhan: Bien. À la page 2-67, le tableau 17 montre la ventilation des paiements de transfert, transferts en espèces et transfert fiscal par province. Pour ce qui est des transferts fiscaux pour les trois exercices de 1992-1993 à 1994-1995, dois-je comprendre que les transferts fiscaux ont augmenté?

M. Cappe: En effet. Dans ma réponse à M. Scott, j'aurais dû mentionner que la loi prévoit que le gouvernement fédéral céde aux provinces une certaine marge fiscale et fasse des transferts en espèces. Donc, la diminution des espèces est amplement compensée par l'augmentation des transferts fiscaux.

M. Pagtakhan: Bien. Pour ce qui est de la Loi canadienne sur la santé, dois-je comprendre que le seul moyen de pression que peut avoir le gouvernement fédéral pour imposer l'adhésion aux principaux objectifs de la loi est liée aux transferts en espèces?

M. Cappe: C'est exact. Ce sont les cinq principes énoncés dans la loi qui lui donnent ce moyen de pression et ils portent sur les transferts en espèces.

M. Pagtakhan: Et ceux-ci ne font que diminuer, si j'ai bien compris, et sont passé de 7 337 285\$ à 7 102 254\$, puis à 6 713 000\$?

M. Cappe: En effet.

M. Pagtakhan: Ai-je raison de déduire que si nous mesurons les moyens de pression du fédéral en ces termes, ceux-ci ont diminué?

M. Cappe: Ce sera à vous d'en juger. Je pense qu'un transfert en espèces d'un milliard de dollars reste un moyen de pression important.

M. Pagtakhan: Bien sûr, je ne prétends pas du tout le contraire. Je pense que c'est un moyen de pression très important. Je songeais plutôt au renversement de la tendance.

M. Cappe: Dans la mesure où la proportion des transferts en espèces diminue dans de nombreuses provinces, je pense que vous avez raison.

M. Pagtakhan: Alors, dans la mesure où nous aimerais qu'une activité donnée aille dans une certaine direction et dans la mesure où nous aimerais que la Loi canadienne sur la santé soit protégée, ce sont à ces chiffres que le comité devrait s'intéresser. Je songe au processus, je ne demande pas...

[Texte]

[Traduction]

Mr. Cappe: No, you're absolutely right.

Mr. Pagtakhan: Thank you so much, Mr. Chairman.

The Chairman: I want to thank the witnesses for coming. If Mr. Cappe has any brief summation to make, he is invited to do so.

Mr. Cappe: It's an honour to be here. Any time we can be of help...

The Chairman: It was a pleasure to have you. Thanks to you and your team for coming.

I'm going to recess the committee for five minutes so we can have a stretch. We will reconvene at 10 a.m.

• 0956

• 1005

The Chairman: Order, please. We'll reconvene the hearing.

We're going to hear from witnesses from the Office of the Auditor General in a few moments.

Before doing so, just let me say to the committee that a matter has come up. With unanimous consent, which I now seek, I would like to have a ten-minute meeting of the committee, no more than ten minutes, at the end of this hearing. So we'd aim to have it as near to 11 a.m. as possible, maybe a bit before, if we finish this hearing before then. Is it agreed?

M. de Savoye (Portneuf): Monsieur le président, ma collègue et moi-même devront partir à 11 h 00.

The Chairman: In that event we'll try to have the meeting prior to 11 a.m. It might only take two or three minutes. Could we agree to the meeting with the understanding we will not go beyond 11 a.m?

Some hon. members: Agreed.

The Chairman: I was saying to the witnesses from the Office of the Auditor General that I feel as though I'm among friends. In an earlier incarnation in Newfoundland I spent six years as chairman of the public accounts committee, and here in Ottawa I also served in that capacity. I can say in their presence that I have always regarded the Auditor General's office as friends and, in the absence of the Treasury Board people, have always regarded them as the enemy when we were in the public accounts role.

I welcome Ms Barrados and invite her to introduce any other colleagues she has and then to make her presentation. I don't know if she was in the room for the previous hearing. She would have heard my viewpoint on long-winded opening statements and related matters. We'd like to reserve as much of the time for questions and answers.

Ms Maria Barrados (Assistant Auditor General, Audit Operations Branch, Office of the Auditor General of Canada): Thank you, Mr. Chairman. I have a brief opening statement.

M. Cappe: Non, vous avez absolument raison.

M. Pagtakhan: Merci infiniment, monsieur le président.

Le président: Je tiens à remercier les témoins d'être venus aujourd'hui. Si M. Cappe a quelques mots à ajouter en guise de résumé, je l'invite à le faire.

M. Cappe: C'est un honneur pour nous d'être ici, chaque fois que nous pouvons vous être utiles.

Le président: C'est un plaisir pour nous de vous accueillir. Merci à vous et à vos collègues.

Nous allons faire une pause de cinq minutes afin de nous dégourdir un peu les jambes. La séance reprendra à dix heures.

• 0956

• 1005

Le président: La séance va recommencer, si vous le voulez bien.

Nous allons entendre des témoins du Bureau du vérificateur général dans quelques instants.

Mais auparavant, j'aimerais dire aux membres du Comité qu'il s'est produit quelque chose. Avec le consentement unanime du Comité, j'aimerais que nous nous réunissions pendant dix minutes au plus à la fin de cette audience. Nous essaierons de faire cette réunion dans les environs de 11 heures si possible et peut-être un peu avant, si nous finissons assez tôt. Êtes-vous d'accord?

M. de Savoye (Portneuf): Mr. Chairman, my colleague and myself must leave at 11 a.m..

Le président: Dans ce cas, nous essaierons de tenir notre réunion avant 11 heures. Il ne faudra peut-être pas plus de deux ou trois minutes. Pouvons-nous nous entendre pour tenir cette réunion à la condition qu'elle n'aille pas au-delà de 11 heures?

Des voix: D'accord.

Le président: Je disais aux témoins du Bureau du vérificateur général que j'ai l'impression d'être parmi des amis. Dans une autre vie, lorsque j'étais à Terre-Neuve, j'ai été pendant six ans président du Comité des comptes publics et j'ai rempli la même fonction ici à Ottawa. Je peux dire, en leur présence, que lorsque j'étais membre du Comité des comptes publics, j'ai toujours considéré les employés du Bureau du vérificateur général comme des amis et, je profite du fait qu'il n'y a personne du Conseil du Trésor ici présent pour dire que c'était eux que nous considérons comme l'ennemi.

Je souhaite la bienvenue à Mme Barrados et je l'invite à nous présenter ses collègues puis à faire son exposé. Je ne sais pas si elle était présente pendant la comparution du dernier groupe de témoins. Dans l'affirmative, elle saura ce que je pense des exposés liminaires interminables et autres questions de ce genre. Nous aimerions avoir autant de temps que possible pour les questions et les réponses.

Mme Maria Barrados (vérificateur général adjoint, Direction générale des opérations de vérification, Bureau du vérificateur général du Canada): Merci, Monsieur le président. J'ai un bref exposé liminaire.

[Text]

I have with me today Bill Rafuse, who was the principal responsible for the audits of the Department of National Health and Welfare last year. We are very pleased to be here at your committee today.

The office's primary role is to serve Parliament. I mention this to emphasize the independent nature of our audits and examinations. We do this work to provide Parliament with objective information, advice and assurance. Pursuant to the Standing Orders of the House our annual report is referred to the public accounts committee, but we welcome requests for information from other committees such as yourselves.

Today we would like to provide you with information about our office and the results of our recent audits to assist the committee in its work. Three documents were provided to your committee dealing with issues of potential interest to you: individually bound copies of two chapters from the 1993 report, chapter 18 on programs for seniors and chapter 19 on non-insured health benefits, and a summary of issues of continuing importance raised in past annual reports.

Chapter 18 presented the findings from an audit of seniors programs administered by the Department of National Health and Welfare. Expenditures for these programs totalled \$30 billion in 1992-93. Although the vast majority of this amount relates to pension programs, \$30 million of it was spent on the seniors strategy. This strategy includes New Horizons, Seniors Independence and the seniors independence research programs. These programs are now with the Department of Health and provide funds to seniors organizations and the volunteer sector. Over the course of the next five years program spending under the renewed seniors strategy will approach \$170 million.

We found that the projects under these programs are well managed and that agreements are properly established and program recipients comply with the terms and conditions of the arrangements. However, we recommended the department improve both the overall planning for seniors programs and the quality of its evaluations of the seniors strategy.

The department is taking steps to rationalize its organization for coordination of the seniors programs. It has also indicated that assessments of programs are underway as part of the seniors' policy review. Your committee may wish to review the department's progress in identifying the results achieved by these programs.

[Translation]

Je suis accompagnée aujourd'hui par M. Bill Rafuse, vérificateur principal, qui était responsable des vérifications du ministère de la Santé nationale et du Bien-être social l'an dernier. Nous sommes très heureux d'être ici aujourd'hui.

Le rôle premier du Bureau est de servir le Parlement. Je mentionne cela pour souligner l'aspect indépendant de nos vérifications et de nos examens. Nous faisons ce travail pour fournir au Parlement de l'information, des avis et une assurance objectives. Conformément au Règlement de la Chambre des communes, notre rapport annuel est renvoyé au Comité des comptes publics, mais nous sommes heureux de répondre aux demandes d'information d'autres comités parlementaires comme le vôtre.

Aujourd'hui, nous aimerais vous fournir de l'information sur le Bureau et sur les résultats des vérifications que nous avons effectuées récemment pour aider le Comité dans son travail. Nous vous avons fait parvenir trois documents présentant des questions de nature à vous intéresser; des copies individuelles de deux chapitres du Rapport annuel de 1993—le chapitre 18 sur le Programme pour les aînés, et le chapitre 19, sur les Services de santé non assurés—and un sommaire des questions d'intérêt continu soulevées dans les derniers rapports annuels.

Le chapitre 18 présente les résultats de la vérification du Programme pour les aînés administré par le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social. Les dépenses au titre de ce programme ont totalisé 30 milliards de dollars en 1992-1993. Bien que la grande majorité de ces dépenses aient servi aux programmes de pensions, 30 millions de dollars ont été affectés à la Stratégie à l'égard des aînés. Cette stratégie comprend le programme Nouveaux Horizons, le Programme d'autonomie des aînés et le Programme de recherche sur l'autonomie des aînés. Ces programmes, qui sont maintenant administrés par le ministère de la Santé, visent à fournir des fonds aux organisations d'aînés et au secteur du bénévolat. Au cours des cinq prochaines années, les dépenses de programmes au titre de la Stratégie à l'égard des aînés atteindront près de 170 millions de dollars.

Nous avons constaté que les projets réalisés aux termes de ces programmes sont bien gérés, que les ententes sont bien établies et que les bénéficiaires des programmes respectent les conditions des ententes. Cependant, nous avons recommandé que le ministère améliore tant la planification globale des programmes destinés aux aînés que la qualité de ses évaluations de la Stratégie à l'égard des aînés.

Le ministère prend des mesures pour rationaliser sa structure interne en vue de la coordination des programmes destinés aux aînés. Il a indiqué également qu'il effectuait des évaluations des programmes existants dans le cadre d'un examen de la politique à l'égard des aînés. Votre comité voudra peut-être examiner la mesure dans laquelle le ministère évalue les résultats atteints par ces programmes.

• 1010

Le chapitre 19 traite du Programme des services de santé non assurés offerts aux Indiens inscrits et aux Inuits. En 1992-1993, ces services représentaient 422 millions de dollars. En vertu de ce programme, le ministère fournit des biens et des

Chapter 19 dealt with non-insured health benefits for status Indians and Inuit. In 1992-1993 these benefits totalled \$422 million. Under this program, the Department provides health-related goods and services including drugs, dental and vision

[Texte]

services de santé, y compris les médicaments, les soins dentaires, les soins de la vue et le transport à des fins médicales. Nous avons recommandé au ministère de clarifier l'autorisation, le but et l'objectif du programme. Pour améliorer la communication au public de renseignements sur le programme, nous avons également recommandé au ministère de présenter le Programme des services de santé non assurés comme une sous-composante distincte des dépenses dans le Budget des dépenses principal.

Le ministère a amélioré la présentation des coûts du Programme dans le Budget des dépenses principal pour 1994-1995. Il a également déclaré qu'il avait l'intention d'examiner le Programme et sa politique. Le Comité voudrait peut-être obtenir plus de précisions au sujet du processus d'examen envisagé par le ministère.

As Parliament's auditor, there are two points I would like to raise about our discussion today.

First, we do not want to introduce new material. Our reporting to Parliament is achieved through our annual report. Although we would be pleased to elaborate on the matters we have raised, we cannot provide, for example, additional cases to support a point or discuss subjects that are not contained in our public reports.

Second, we focus our audits on the implementation of policies and programs. We do not express opinions on political issues associated with them. This is the responsibility of government and Parliament. Our audits are carried out against existing policy, although from time to time our reports may raise issues that impact on policy and related political debate.

In addition to providing the committee with information on the work we have done, we would like to ask you for your input on issues we should be considering in planning our future audits. Given the restructuring of the department, this would be an opportune time for us to hear your views.

Bill Rafuse and I would be happy to answer any questions you may have today, and we would also be willing to return to the committee if members would like to pursue any matter in further detail.

Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, Ms Barrados.

Mr. de Savoye, please.

M. de Savoye: Vous avez souligné le Programme des services de santé non assurés. Vous avez indiqué aussi que ces services non assurés n'étaient pas vraiment couverts par des objectifs précis et que, de fait, c'est difficile pour vous d'évaluer les bons résultats ou les moins bons résultats que ce programme présente.

J'aimerais, à ce moment-ci, que vous nous indiquiez, en termes monétaires, quels sont les montants impliqués par les services de santé non assurés et quelle proportion cela représente de l'enveloppe budgétaire globale du ministère, que vous fassiez des comparaisons avec d'autres types de programmes du ministère et, également, que vous amplifiez sur les lacunes que vous avez identifiées quant au remboursement de certains services qui ne sont pas explicitement désignés dans le programme.

[Traduction]

care and medical transportation. We recommended that the Department clarify the authority base, purpose and objective of the program. We also recommended that, to improve public disclosure of program information, the Department establish the Non-Insured Health Benefits Program as a distinct expenditure sub-component in the Main Estimates.

The Department has improved the disclosure of program costs in the Estimates Part III for 1994-1995. It has also stated its intention to review the program and its policy content. The Committee may wish to obtain further information from the Department on this reviewing process.

En qualité de vérificateur au service du Parlement, j'aimerais soulever deux points aujourd'hui.

Premièrement, nous ne voulons pas présenter de nouvelles questions. Nous faisons rapport au Parlement par l'entremise de notre rapport annuel, et nous serons heureux de parler des questions que nous avons soulevées, mais nous ne pouvons fournir, par exemple, de nouveaux cas pour appuyer un point, ou discuter de questions dont nous n'avons pas traité dans nos rapports publics.

Deuxièmement, nous axons nos vérifications sur l'application des politiques et des programmes. Nous n'exprimons pas d'opinion sur leurs aspects politiques. Cette responsabilité incombe au Parlement et au gouvernement. Nos vérifications sont effectuées en fonction des politiques adoptées, bien que parfois nos rapports soulèvent des questions qui ont une incidence sur les politiques et le débat politique connexe.

En plus de fournir au Comité de l'information sur le travail que nous avons effectué, nous aimerions obtenir votre concours sur les questions dont nous devrions tenir compte dans la planification de nos prochaines vérifications. Étant donné la réorganisation du ministère, il serait utile de connaître vos points de vue.

Bill Rafuse et moi serons heureux de répondre à vos questions. Nous serons également prêts à comparaître de nouveau devant le comité si les membres désirent étudier certaines questions de façon plus approfondie.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, madame Barrados.

Monsieur de Savoye, s'il vous plaît.

Mr. de Savoye: You have underlined the Non-Insured Health Benefits program. You have also indicated that these non-insured benefits were not really covered by specific objectives and that, in fact, it was difficult for you to evaluate the good or the not so good results of this program.

I would like for you to indicate to us, at this time, in monetary terms, what are the amounts involved for the non-insured health benefits and what proportion of the Department's overall budgetary envelope this represents. I would also like you to compare it with other types of programs administered by the Department and, also, for you to expand on the deficiencies that you have identified in the reimbursement of certain services that are not explicitly designated in the program.

[Text]

[Translation]

Mme Barrados: Ces services se chiffrent à 422 millions de dollars. C'est un gros montant d'argent. C'est l'un des plus gros dans les programmes de transfert dont nous avons parlé plus tôt. Je vais demander à M. Rafuse de nous parler un peu des lacunes de ces programmes.

Mr. William Rafuse (Audit Principal, Office of the Auditor General of Canada): Mr. Chairman, I believe the question specifically addresses the amounts we found to be not covered under the directives as they're laid out.

• 1015

I think it's important to say at the outset that we didn't conclude that the payments shouldn't have been made or that they weren't valid expenditures for health or otherwise, but we did conclude that the directives did not specifically cover those items. There were a number of different categories we discovered, including nurses salaries, alcohol and drug expenditures, and a number of other items.

Mme Barrados: Je dois ajouter qu'il y a un problème ici car il n'y a pas de base législative claire. Cela ne donne pas le but de ce programme et, comme vérificateurs, il est très difficile pour nous de vérifier et de décider si le but est correct ou non.

M. de Savoye: Je n'ai pas les chiffres les plus récents pour l'exercice 1993-1994, mais on sait qu'en 1992-1993, l'aspect «médicaments» avait coûté environ 108 à 109 millions de dollars sur une dépense d'au-delà 400 millions de dollars, ce qui représente une proportion importante de la dépense.

Selon vous, ce type de dépenses ou cette proportion est-elle justifiée ou y aurait-il eu du laxisme? Pourrait-on obtenir des résultats avec un meilleur rapport coûts/bénéfices?

Mme Barrados: C'était également notre question. Si l'on manque l'objectif, si l'on manque de base, c'est très difficile de déterminer si c'est une dépense qui peut être faite ou non. Je ne peux pas répondre directement aux questions. À la fin des vérifications, nous avons estimé que c'était environ 420 millions de dollars. On peut dire que ces directives étaient larges et flexibles.

M. de Savoye: Vous indiquez que pour le prochain exercice 1994-1995, il vous apparaît que le ministère a pris des dispositions pour mieux comptabiliser ce type de dépenses. Est-ce que, dans un an d'ici, vous seriez en mesure de nous tenir un discours plus probant, c'est-à-dire, seriez-vous en mesure, lors de votre vérification, de comparer les résultats avec des objectifs ou est-ce que, d'ici un an, vous avez encore une crainte d'être obligé de nous dire: «Eh bien voici, on ne peut pas être certains si c'est bien ou mieux, ou moins bien dépensé parce que les objectifs sont encore flous»?

Mme Barrados: C'est une de nos craintes car il y a une amélioration dans la présentation des montants d'argent dans les prévisions, mais il y a ces questions de performance quant à ces objectifs vagues. Comme je l'ai dit, le ministère a entamé le processus de procéder à une revue des politiques et, le but de cette revue, c'est de déterminer les objectifs qui peuvent donner les bases pour faire une évaluation des résultats. Cela peut être une bonne question pour le Comité s'il manifeste plus d'intérêt pour le ministère.

Ms Barrados: The services cost \$422 million. That is a significant amount of money. It is one of the largest of the transfer programs we were talking about earlier. I will ask Mr. Rafuse to tell you a bit more about the deficiencies of these programs.

M. William Rafuse (vérificateur principal, Bureau du vérificateur général du Canada): Monsieur le président, je crois que la question porte sur les montants qui, d'après nos constatations, ne sont pas prévus dans les lignes directrices qui ont été établies.

•

1015

Je pense qu'il est important de dire dès le départ que nous n'avons pas conclu que ces paiements n'auraient pas dû être faits ou qu'ils ne constituent pas des dépenses valables en matière de santé, mais nous avons constaté que les lignes directrices ne mentionnent pas expressément ces services. Nous avons découvert un certain nombre de catégories différentes, y compris le traitement des infirmières, les dépenses pour la lutte contre l'alcool et les drogues et un certain nombre d'autres postes.

Ms Barrados: I should add that there's a problem here, because there's no clear legislative authority. So, there is no defined goal for this program and, as auditors, it is very difficult for us to make our audit and determine if the goal is a legitimate one.

Mr. de Savoye: I don't have the most recent numbers for 1993-94, but we know that in 1992-93, the expenditure for drugs was about \$108 to 109 million for a total expenditure of more than \$400 million, which is quite a sizeable portion of the expenditure.

In your view, is this type of expenditure or this proportion justified or was there some lack of control? Could we get results with a better cost/benefit ratio?

Ms Barrados: That's exactly the question we asked. If there is a lack of objective, if there is a lack of authority, it is very difficult to determine whether an expenditure is justified or not. I cannot answer those questions directly. At the end of the audits, we estimated that they amounted to about \$420 million. We might say that the directives were broad and flexible.

Mr. de Savoye: You indicate that for the 1994-95 fiscal year the Department seems to have taken measures in order to give a better accounting of this type of expenditure. In a year from now, do you think that you will be able to tell us something more conclusive, that is, in your next audit, will you be able to compare the results against the objectives, or do you fear that in a year from now you will be forced to tell us: "Well, we cannot be sure if things have improved or deteriorated because the objectives are still vague"?

Ms Barrados: That is one of our fears because there is an improvement in the way the amounts are presented in the estimates, but there are questions of performance regarding these vague objectives. As I have said, the Department has started the process of reviewing its policies and, the aim of this review is to determine whether the objectives can serve as the basis for an evaluation of the results. That might be a good question for the Committee to ask the Department.

[Texte]

[Traduction]

M. de Savoye: J'en conclus donc que, actuellement, l'information dont vous disposez vous permet de croire que votre vérification, sur le plan comptable, sera plus aisée, mais que par ailleurs, votre capacité de faire l'adéquation entre la dépense et les objectifs est encore entre les mains du ministère qui anticipe mieux préciser ses objectifs. Vous n'avez pas de point d'appui pour savoir si ce sera un succès ou s'il y aura encore lieu pour vous d'émettre certaines réticences.

Mme Barrados: Exactement. C'est une bonne question pour le ministère.

M. de Savoye: Merci.

Ms Bridgman (Surrey North): I think my question is along the same lines, but my question has arisen from a reference to a couple of pages here. I'd just like to make reference to those pages so you can assure me that we are dealing with the same thing.

• 1020

I'm looking at page 2-72 in part III of the estimates. The specific figure there is in the chart at the top, again the non-insurable health benefits, where we get the \$508,150,000 number. Then I looked at this hand-out here, the Auditor General's report of Canada, on page 499, item number 19.4. I believe you did make reference to the \$80 million, which is the same thing we're talking about here as \$85 million. The cost of the program in 1992-93 would have been reduced by \$85 million, or 20%, and now that \$85 million would be part of this \$508,150,000 figure. Am I reading that right? Right. So that's how the two interrelate.

Mme Barrados: The interesting thing about this line is that there's a blank for 1992-93, and that is a result of the observations we made, asking the department to improve the presentation of the financial numbers. The \$85 million that we refer to in the audit report reflected the audit at that time, and we can't be sure that is still the situation or whether steps have been taken to make some changes there. But it reflects that time of the audit.

Ms Bridgman: In regard to your response to the last question, do I take it that this \$85 million is the legislation, or is there a lack of legislation? Is that where the problem seems to be, that you're doing a lot of guessing to get there?

Mme Barrados: Our problem is, without a clear legislative base and some directives that are fairly loose, it's very hard to determine what should be in or not. But there were two criteria that the auditors used.

One was whether there was an effort to use other programs. This should be a program of last resort, and for about half of that \$80 million it was a judgment that this was not the program of last resort, but it was used before the last resort. There was another half that, even with a very loose interpretation of the directives, we felt didn't really properly qualify.

Mr. de Savoye: So I conclude that currently the information that you have leads you to believe that your accounting audit will be easier but that on the other hand your ability to match expenditures against objectives still depends on the Department which plans to better define its objectives. You have no means of knowing whether this will be a success or whether you might still be obliged to express certain reservations.

Mme Barrados: Exactly. That's a good question for the Department.

Mr. de Savoye: Thank you.

Ms Bridgman (Surrey-Nord): Ma question est dans la même veine, je pense, mais elle est motivée par quelques passages dans ce document. Je vais vous indiquer les pages afin que vous puissiez m'assurer que nous parlons bien de la même chose.

Je regarde la page 2-83 de la Partie III du Budget des dépenses. Dans ce tableau, on indique que les ressources pour les services de santé non assurés s'élèvent à 508 150\$. Puis, j'ai également sous les yeux le paragraphe 19.4, à la page 547 des chapitres du rapport du vérificateur général que vous nous avez distribué. Je pense que vous avez mentionné 80 millions de dollars et on parle ici de 85 millions de dollars, mais je pense qu'il s'agit de la même chose. Le programme aurait coûté 85 millions de dollars de moins en 1992-1993, soit 20 p. 100 de la dépense totale, et ces 85 millions de dollars sont compris dans les 508 150\$. Ai-je bien compris? Bien. Alors c'est le rapport entre ces deux chiffres.

Mme Barrados: Il est intéressant de noter que dans ce tableau, il y a un blanc pour 1992-1993. Cela fait suite aux observations que nous avons faites au ministère lui demandant d'améliorer la présentation des données financières. Ces 85 millions de dollars dont il est question dans notre rapport de vérification reflètent la situation au moment de la vérification, et nous ne pouvons pas être sûrs que la situation est toujours la même ou si des mesures ont été prises pour apporter des modifications. Mais ce chiffre reflète la situation au moment de la vérification.

Ms Bridgman: À propos de votre réponse à la dernière question, dois-je comprendre que ces 85 millions de dollars sont prévus dans la loi ou est-ce que l'autorisation législative fait défaut? Est-ce cela le problème: vous devez faire beaucoup d'hypothèses pour arriver à ce résultat?

Mme Barrados: Notre problème est qu'à défaut d'une autorisation législative claire et en raison de directives assez vagues, il est très difficile de déterminer ce qui doit être inclus et ce qui ne doit pas l'être. Mais les vérificateurs ont utilisé deux critères.

Le premier consiste à déterminer si le ministère avait fait un effort pour utiliser d'autres programmes. Celui-ci devrait être un programme de dernier recours mais, pour environ la moitié de ces 80 millions de dollars, nous avons jugé que le ministère avait utilisé ce programme sans avoir épuisé tous les autres recours. Nous pensons également que même en donnant une interprétation très large aux directives, la moitié de cette dépense n'était pas vraiment admissible.

[Text]

Did you want to add anything to that, Bill?

Mr. Rafuse: No. That covers it very well. As Maria has pointed out, it was in the absence of legislation that the department developed directives to allow them to administer this program, and the work we did was to compare the expenditures being made against what was actually provided for in those directives.

Ms Bridgman: So if we wanted to get a little bit of the detail as to how we get to the \$85 million number, we could achieve that by going through the directives to see what kind of an approach you used.

Ms Barrados: I think there are two things you could get further information on.

First, obviously, is to ask more questions of the department. The second thing is this report is part of a joint audit that was done with the department officials, and there is another audit report that you can obtain from the department that has more details on the estimation of that \$85 million.

Ms Bridgman: Thank you very much.

Mr. Pagtakhan: Welcome to the committee. I would like to focus on pages 506 to 507 of the abridged report you sent to the health committee. I wonder if you could clarify for me some of the terminology relating to the public disclosure program.

You indicated here at the beginning that there has been insufficient and inadequate information since 1987, notwithstanding that the estimates, part III, constitute a fundamental planning vehicle. Is that correct?

Ms Barrados: Maybe it just gives me an opportunity to make a general comment about the estimates, part III. Maybe it's not fair, since the other officials have left, but as an office we have a concern about the quality of the part IIIs of the estimates. One of the members asked a question about objectives, and how you can determine whether objectives are being met. It's the part IIIs of the estimates that essentially give you that type of information. We have a number of reports on the quality of the part IIIs. Consistently it's not very good.

• 1025

Mr. Pagtakhan: In here you indicated that this document:

...is intended to provide program information primarily in terms of the results expected for the money that will be spent.

That is what Canadians would like us to know. Does that translate in simple terms to efficacy?

Ms Barrados: Yes, it does.

Mr. Pagtakhan: The next sentence says "It should also provide information for assessing financial performance over the past year". Does that translate to the so-called effectiveness?

I'm trying to clarify my understanding of terminologies.

[Translation]

Bill, avez-vous quelque chose à ajouter?

M. Rafuse: Non. Je pense que vous avez répondu. Comme Maria le disait, le ministère a élaboré des directives pour l'administration de ce programme en l'absence d'une base législative et nous avons comparé les dépenses effectuées et les dispositions de ces directives.

Mme Bridgman: Alors, si nous voulions déterminer comment vous en êtes arrivés à ce chiffre de 85 millions de dollars, il nous faudrait lire les lignes directrices pour voir quelle méthode vous avez utilisée.

Mme Barrados: Je pense que vous pourriez obtenir de plus amples renseignements sur deux points.

Premièrement, vous pourriez évidemment poser d'autres questions au ministère. Deuxièmement, ce rapport est le résultat d'une vérification qui a été menée conjointement avec les fonctionnaires du ministère, qui pourraient vous fournir un autre rapport de vérification qui contient plus de détails sur ce qui entre dans ces 85 millions de dollars.

Mme Bridgman: Merci beaucoup.

M. Pagtakhan: Bienvenue au comité. J'aimerais que l'on parle des pages 554 et 555 des chapitres que vous avez fait parvenir au Comité de la santé. J'aimerais que vous m'expliquiez certains termes utilisés dans la partie sur la communication publique de l'information sur le programme.

Vous dites, au début de cette partie, que depuis 1987, l'information contenue dans la Partie III du Budget des dépenses est insuffisante malgré le fait que ce document est l'instrument fondamental de planification. Est-ce exact?

Mme Barrados: Vous me donnez là l'occasion de faire une observation générale sur la Partie III du Budget des dépenses. Ce n'est peut-être pas juste, puisque les autres fonctionnaires sont déjà partis, mais notre bureau s'inquiète de la qualité de la Partie III du Budget des dépenses. L'un des membres du Comité a posé une question sur les objectifs et sur le moyen de déterminer si les objectifs étaient atteints. C'est essentiellement les Parties III du Budget des dépenses qui contiennent ce genre de renseignements. Nous avons présenté un certain nombre de rapports sur la qualité des Parties III qui est constamment insuffisante.

M. Pagtakhan: Vous dites ici que:

La Partie III a pour but de donner de l'information sur les programmes, principalement sur les résultats que l'on prévoit obtenir, compte tenu de l'argent qui sera dépensé.

C'est ce que les Canadiens voudraient que nous déterminions. Est-ce que cela se traduit en termes simples par efficience?

Mme Barrados: Oui.

M. Pagtakhan: La prochaine phrase se lit ainsi: «elle devrait également donner de l'information aux fins d'évaluation des résultats financiers du dernier exercice». Est-ce que cela se traduit par efficacité?

J'essaye de mieux comprendre la terminologie.

[Texte]

[Traduction]

I'm trying to clarify my understanding of terminologies.

Ms Barrados: They come together. If you're talking strictly in terms of objectives and results performance, it generally is effectiveness, frequently done by program evaluations in government. If you're looking at expenditures versus outputs—but that frequently can be something like numbers of cheques or numbers of payments—it's efficiency. If you look at the costs, the amounts of money spent and what comes out, it's effectiveness. But at the end of the day, what you want to know is what was accomplished with the money spent.

Mr. Pagtakhan: From my point of view, in medicine, say, if you give a treatment and it creates the desired outcome, in this instance money is the treatment to achieve the objective. It is efficacious. Effectiveness is more of the efficiency.

Ms Barrados: No, I would say that's effective.

Mr. Pagtakhan: That's effective too. Okay.

In your graph on page 507, exhibit 19.4, what exactly does "in current dollars" mean?

Ms Barrados: This is an observation we made in terms of the justification provided in the estimates. The estimates process has estimates and then supplementary estimates. This particular program has consistently had difficulty estimating the estimates amount correctly. That's what this chart is trying to illustrate. It has had to go in for supplementary estimates. We were not satisfied with the explanations given because they were always the same.

Mr. Pagtakhan: I will come to that in a moment. First I would like to be clear as to the meaning of the phrase "in current dollars". Have you taken into account inflation?

Ms Barrados: Yes, that's right.

Mr. Pagtakhan: Okay.

You indicated beautifully the difference between the actual and the main. You have given the observation, very well done, that somehow what has been offered by government since 1987, at least in this example or over the last nine years...the reason for the supplementary estimates:

"due to normal and Bill C-31 generated increases to the Indian population, and price increases."

You indicated somewhere here that this has been the standard reason given. Later on down the paragraph you said the reason given for supplementary estimates is extraordinary cost. You indicated that there has not been any clarification as to the distinction between normal and extraordinary.

Could you tell the committee what would make the difference between normal and extraordinary? What are some of the guidelines?

Ms Barrados: First I want to make a correction. This chart is in current dollars. Since you're comparing year by year, it doesn't matter. If you put it in constant dollars, taking into account inflation, it would flatten out.

J'essaye de mieux comprendre la terminologie.

Mme Barrados: Elles sont liées. Si vous parlez uniquement des objectifs et des résultats obtenus, on parle en général de l'efficacité qui, au gouvernement, se mesure par des évaluations de programmes. Si vous comparez les dépenses et les résultats—and très souvent il s'agit du nombre de chèques émis ou du nombre de paiements effectués—on parle d'efficience. Si vous examinez les coûts, les sommes dépensées et le résultat obtenu, on parle d'efficacité. Mais au bout du compte, ce que vous voulez savoir c'est ce qui a été accompli avec l'argent dépensé.

Mr. Pagtakhan: Dans un domaine que je connais mieux, la médecine, si vous appliquez un traitement qui donne le résultat voulu on dit qu'il est efficace. Dans le cas qui nous intéresse, l'argent serait le traitement appliqué pour atteindre l'objectif. Ce que vous appelez efficacité, j'appellerais efficience.

Mme Barrados: Non, je dirais que c'est efficace.

Mr. Pagtakhan: C'est efficace aussi. Bon.

Pouvez-vous m'expliquer ce que l'on entend par «dollars courants» dans l'explication du graphique 19.4 à la page 556.

Mme Barrados: C'est une observation que nous avons faite au sujet de l'explication fournie dans le Budget des dépenses. Dans le processus des budgets des dépenses, il y a le budget principal et les budgets supplémentaires. Les responsables de ce programme ont constamment de la difficulté à évaluer correctement les prévisions. C'est ce qu'illustre ce graphique. Le ministère a dû présenter des budgets supplémentaires pour financer ce programme. Nous ne sommes pas satisfaits des explications que nous avons reçues, car ce sont toujours les mêmes.

Mr. Pagtakhan: Je vais y revenir dans un instant. Tout d'abord, j'aimerais que vous m'expliquiez clairement ce que l'on entend par «dollars courants». Avez-vous tenu compte de l'inflation?

Mme Barrados: Oui, c'est exact.

Mr. Pagtakhan: Très bien.

Vous avez admirablement expliqué l'écart entre le montant réel et le montant indiqué dans le Budget des dépenses principal. Vous avez très bien indiqué que dans les budgets des dépenses supplémentaires, le motif évoqué était l'insuffisance des fonds fournis par le gouvernement depuis 1987, du moins pour ce cas depuis les neuf dernières années:

«en raison d'augmentations normales et attribuables au projet de loi C-31 du nombre d'Indiens au Canada, ainsi qu'à des augmentations des prix».

Vous dites quelque part que c'est la raison qui est invoquée couramment. Plus loin dans le paragraphe, vous dites que le Ministère invoque comme motif les augmentations extraordinaires des coûts. Vous dites que la distinction entre augmentation normale et augmentation extraordinaire n'a pas été clarifiée.

Pouvez-vous dire au Comité ce qui fait qu'une dépense est normale ou extraordinaire? Est-ce qu'il y a des lignes directrices?

Mme Barrados: Tout d'abord, je voudrais rectifier ce que j'ai dit tout à l'heure. Ce graphique est en dollars courants. Comme nous faisons une comparaison d'année en année, cela n'a pas d'importance. Si le graphique était en dollars constants, c'est-à-dire si l'on avait tenu compte de l'inflation, la courbe serait moins marquée.

[Text]

Mr. Pagtakhan: I see.

Ms Barrados: We had difficulty determining the answer. I can ask Bill Rafuse, who did the audit work, if he has any further insight in terms of what might have accounted for—

Mr. Pagtakhan: Could you guide the committee on what will guide us to conclude that indeed there has been extraordinary change from normal? What would constitute that change?

Mr. Rafuse: The observation we were making here was to indicate that when the department returns to Treasury Board to obtain additional funds for the program through the supplementary estimates process, they would give us the reason for these extraordinary increases, yet when explaining variances from their own point of view, they would refer to them as normal increases. What we were pointing out was that this distinction is unsupported and seemed more to be one of convenience.

• 1030

As to what would constitute the difference between normal and extraordinary, our point was that the department had not done the analysis to know that but was making a statement regardless.

Mr. Pagtakhan: Would you care to offer to the committee guidelines that would lead us to believe there has been an extraordinary change from normal, from your point of view?

Ms Barrados: The basis for our concern was this consistent gap between the estimates and the actuals. If I go back to your medicine analogy, if you give something and it doesn't work, you expect a change.

Mr. Pagtakhan: Yes, indeed.

Ms Barrados: That was the basis for our concern. If you see something that is so consistently off and the same reasons given with no attempt to adjust—

Mr. Pagtakhan: Excuse me. That leads me to the next question with respect to the statement in your report that the information has existed for the department to make much more accurate projections. Do you have any guidelines as to what would constitute more accurate projections in terms of differential from the estimates to the actual? Is that possible?

Ms Barrados: I think your question is a good question and one that can really only be answered in terms of the program and the components of that program. This one gets very difficult. It was a very frustrating exercise; you weren't sure what was in and what was out. There's a very open-ended nature to some of these payments. With that open-endedness it gets very difficult to estimate. There wasn't an attempt to make that clearer. To the credit of the department, in the past they had tried and hadn't succeeded.

Mr. Pagtakhan: That leads me now to the last question, Mr. Chairman.

[Translation]

M. Pagtakhan: Je vois.

Mme Barrados: Nous avons eu du mal à déterminer quelle était la réponse. Je peux demander à Bill Rafuse, qui a fait la vérification, s'il a d'autres idées sur ce qui aurait pu causer... .

M. Pagtakhan: Pouvez-vous expliquer au Comité comment nous pouvons déterminer s'il y a eu effectivement un changement extraordinaire? En quoi consisterait ce changement?

M. Rafuse: Nous avons observé que lorsque le Ministère demande au Conseil du Trésor des fonds additionnels pour le programme au moyen d'un budget des dépenses supplémentaire, il invoque comme motif des augmentations extraordinaires des coûts alors qu'il qualifie ces mêmes augmentations de normales lorsqu'il doit expliquer les écarts de son propre point de vue. Ce que nous voulions dire, c'était que cette distinction n'était pas justifiée et qu'elle semblait être utilisée plutôt par commodité.

• 1030

Quant à la distinction à faire entre augmentations normales et augmentations extraordinaires, notre argument était que le Ministère avait qualifié les augmentations de normales ou d'extraordinaires sans faire les analyses nécessaires.

M. Pagtakhan: Pourriez-vous suggérer à notre comité des critères qui lui permettraient de juger s'il y a eu des augmentations extraordinaires, selon vous?

Mme Barrados: Notre principale préoccupation était d'assurer une certaine cohérence entre les prévisions et les dépenses réelles. Pour reprendre votre exemple au sujet de la médecine, quand on constate qu'un traitement n'est pas efficace, on s'attend à ce qu'il y ait un changement.

M. Pagtakhan: Exactement.

Mme Barrados: C'était ce qui nous préoccupait avant tout. Quand on constate que les mêmes lacunes se répètent et qu'on les justifie toujours par les mêmes raisons sans faire quoi que ce soit pour redresser la situation... .

M. Pagtakhan: Je m'excuse. Ma prochaine question porte sur la déclaration que vous avez faite dans votre rapport voulant que le Ministère possède les renseignements voulus pour faire des projections beaucoup plus précises. Sur quels critères le Ministère devrait-il s'appuyer, à votre avis, pour pouvoir établir des projections plus précises, c'est-à-dire pour pouvoir diminuer l'écart entre ses prévisions et les dépenses réelles? Est-ce possible?

Mme Barrados: Vous soulevez une question intéressante, à laquelle on ne peut répondre, à mon avis, qu'en fonction des programmes et des éléments qui les composent. C'est là que la chose se complique. Nous avons trouvé l'exercice très frustrant; nous ne savions jamais quels fonds étaient disponibles et quels fonds avaient été dépensés. Certains de ces postes de dépenses sont sans plafond. L'absence de plafond complique énormément la préparation des prévisions. Aucun effort n'a été fait pour clarifier la situation. Il faut cependant accorder certains mérites au Ministère, car par le passé, il avait fait des tentatives mais sans succès.

M. Pagtakhan: Cela m'amène à ma dernière question, monsieur le président.

[Texte]

In light of your observations, in light of your report and your responses today, and from looking at the department's response as indicated on page 108, would you feel confident of the greater likelihood of success in addressing the very concerns you have identified in your report and now for the committee?

Ms Barrados: I'm always optimistic and I always hope that things will improve, but as I suggested in my opening statement, I think this is a very difficult area. It's been long-standing, and it may well be an issue that the committee may want to look at to satisfy itself. We did an audit in 1987 and essentially came back last year. Many of those same problems are still there. There is an effort to try to improve, but it doesn't seem to move very fast.

Mr. Pagtakhan: Mr. Chairman, may I have one brief last question?

The Chairman: You're out of time, so make it fast, please.

Mr. Pagtakhan: Obviously the next auditor's report will be a year from the last. Would you recommend a mini audit of this particular issue somewhere before the end of the year or, say, midway through the year?

Ms Barrados: We go back every two years to follow up on progress.

Mr. Pagtakhan: I thought it was only one year.

Ms Barrados: No, we go back every two years for follow-up.

Mr. Pagtakhan: Would you like to go back one year earlier on this issue?

Ms Barrados: We could certainly consider it. We also have the situation of having scarce resources. We do monitor what is going on on a regular basis, but we don't necessarily make a report.

Mr. Pagtakhan: Thank you so much, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you.

That ends our first round. On the second round I have only two names: Mr. de Savoye, first, and then Mr. Szabo.

• 1035

M. de Savoye: Je vais changer de sujet, non pas que celui-là n'est pas intéressant, bien au contraire, il est même savoureux sous plusieurs aspects, mais parlons des personnes âgées. Vous mentionnez, au sujet du type de stratégies qui a été élaboré au sujet des personnes âgées, qu'il y a peu de concertation avec les gouvernements provinciaux dans la planification de certains programmes à l'intention de ces personnes âgées. Pourriez-vous élaborer sur ce sujet?

Mme Barrados: Je vais référer ces questions à M. Rafuse.

The question of federal-provincial consultations . . .

Mr. Rafuse: I should start out by stating again that because health care and social services are largely a provincial responsibility, the Department of National Health and Welfare, in the case of these seniors programs, is operating in an area of provincial jurisdiction.

[Traduction]

Compte tenu de vos observations, compte tenu de votre rapport et des réponses que vous nous avez fournies aujourd'hui, et à en juger par la réponse du Ministère à la page 125, pensez-vous que celui-ci parviendrait mieux à remédier aux problèmes que vous avez soulevés dans votre rapport et dont vous avez saisi le Comité aujourd'hui?

Mme Barrados: Je suis toujours optimiste et j'espère toujours que les choses vont s'améliorer, mais, comme je l'ai signalé dans ma déclaration liminaire, la tâche sera très difficile. C'est un problème de longue date, que votre comité voudra peut-être examiner de plus près s'il veut en avoir le cœur net. Nous avons fait une vérification en 1987, et ce sont essentiellement les mêmes lacunes que nous avons constatées l'an dernier. Bon nombre des problèmes subsistent toujours. Le Ministère a fait des efforts pour améliorer la situation, mais les progrès ne semblent pas très rapides.

M. Pagtakhan: Monsieur le président, pourrais-je poser une dernière question brève?

Le président: Comme votre temps de parole est écoulé, je vous prierais de faire vite.

Mr. Pagtakhan: Le prochain rapport du Vérificateur général sera publié dans un an. Recommanderiez-vous la tenue d'une mini-vérification sur ce point en particulier, disons vers la fin de l'année ou au milieu de l'an prochain?

Mme Barrados: Nous revenons tous les deux ans pour constater s'il y a eu des progrès.

Mr. Pagtakhan: Je pensais que c'était une fois par an.

Mme Barrados: Non, nous faisons nos suivis tous les deux ans.

Mr. Pagtakhan: Souhaiteriez-vous refaire une vérification un an plus tôt sur cette question?

Mme Barrados: Nous pourrions certes étudier la question. Il ne faut pas oublier que nos ressources sont limitées. Nous procéderons à des suivis régulièrement, mais nous ne rédigeons pas forcément de rapport.

Mr. Pagtakhan: Merci beaucoup, monsieur le président.

Le président: Merci.

Cela met fin au premier tour. Au deuxième tour, il n'y a que deux noms: M. de Savoye, en premier, et ensuite, M. Szabo.

M. de Savoye: I will change the subject, not because that one is not interesting, on the contrary, it is even spicy on many aspects, but let us speak about senior citizens. You mentioned, about the kind of strategies that were developed about senior citizens, that there is very little coordination with the provinces about the planning of some programs for the aged. Would you comment about this.

Ms Barrados: I will ask Mr. Rafuse to answer these questions.

The question of federal-provincial consultations . . .

M. Rafuse: Je répéterai tout d'abord que les services sociaux et les services de santé relevant en grande partie des provinces, le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social administre ces programmes destinés aux personnes âgées dans un domaine de compétence provinciale.

[Text]

We expected to find that the federal government would try to plan its programs to best meet provincial priorities, recognizing that the needs of seniors in Saskatchewan might be quite different from the needs of seniors in Quebec. We found that type of process not to be in place.

M. de Savoye: Quelles sont les conséquences de cette absence de coordination en termes financiers? Vous avez fait une vérification, vous regardez l'adéquation des dépenses avec les programmes et vous essayez de vérifier l'efficacité et l'efficience de tout cela. Je comprends que ce manque de coordination affecte, et l'efficacité et l'efficience. Comment cela se traduit-il en conséquences chiffrées?

Mme Barrados: Il y a toujours le grand risque d'une duplication qui n'est pas nécessaire.

Mr. Rafuse: That's certainly a concern. It's likely that the same amount of money would be spent. The issue becomes one of the effectiveness of federal programs, and it is in that specific area that we had a number of concerns. The work that had been done to evaluate the results of the programs involved—the new horizons program and the seniors independence program—was lacking. We were concerned that without that kind of information, it is difficult to make the necessary changes in budget allocation.

M. de Savoye: Avez-vous identifié d'autres secteurs où la coordination n'est pas à la hauteur et mériterait d'être améliorée?

Mme Barrados: Dans le ministère?

M. de Savoye: Oui.

Mme Barrados: Nous avons ces deux chapitres sur le ministère et nous allons aussi vous donner un sommaire. Dans ce document, il y a une description de—je ne connais pas les mots en français—*cost recovery*.

Mr. Rafuse: The transition document you received was a document that we prepared for the standing committee summarizing some of the outstanding issues that we have audited over the years. There was a reference to cost recovery practices for drug approval where we found the commitments the department made to the Treasury Board were not being met.

M. de Savoye: Je vous remercie.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): I don't know how many years the new horizons program has been in existence. I was wondering whether assessments have been done on the value of the dollars spent to help in future assessments of money allocations for the new horizons program.

Ms Barrados: There were two program evaluations done, and as part of the audit we looked at the quality of those program evaluations. Program evaluation is the instrument government uses to look at the effectiveness of the programs. We were concerned about the quality of those evaluations; we felt the quality was not what we would expect and we had no confidence in the results. Those evaluations gave positive results in the effectiveness of the programs, and we felt there wasn't

[Translation]

Nous pensions que le gouvernement fédéral aurait essayé de planifier ses programmes pour mieux répondre aux priorités provinciales étant donné que les besoins des personnes âgées de la Saskatchewan sont peut-être bien différents de ceux des personnes du Québec. Nous avons constaté que ce n'était pas le cas.

Mr. de Savoye: What consequences has this lack of coordination in financial terms? You made an audit, you established whether the expenditures were in conformity with the programs and you tried to check out the efficiency and the effectiveness of all these processes. I understand that this lack of coordination has an incidence on efficiency and effectiveness. How does this translate into figures?

Ms Barrados: There is always a big risk of unnecessary duplication.

Mr. Rafuse: C'est certainement un problème. Il est probable que le même montant d'argent serait dépensé. C'est l'efficacité des programmes fédéraux qui est mise en doute, et c'est justement sur ce point que nous avions des inquiétudes. Nous avons constaté que les efforts déployés pour évaluer les résultats de ces programmes—le programme Nouveaux Horizons et le Programme d'autonomie des aînés—n'étaient pas suffisants. Nous trouvions que sans cette information, il était difficile d'apporter les changements nécessaires aux crédits prévus dans le budget.

Mr. de Savoye: Have you identified other areas where the coordination was not sufficient and would deserve improvement?

Ms Barrados: In the Department?

M. de Savoye: Yes.

Ms Barrados: We have these two chapters about the Department and we will also give you a summary. In that document, there is an explanation of—I don't know the word in french—*cost recovery*.

Mr. Rafuse: Le document provisoire que vous avez reçu est un document que nous avons préparé pour le comité permanent où nous présentons un résumé des points sur lesquels ont porté nos vérifications au fil des ans. Nous avons constaté des pratiques de recouvrement des coûts pour l'autorisation de médicaments pour lesquels le ministère n'avait pas respecté les engagements donnés au Conseil du Trésor.

• 1040

Mr. de Savoye: Thank you very much.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): J'ignore depuis combien de temps existe le programme Nouveaux Horizons, mais je me demande si vous avez évalué les résultats de ce programme par rapport aux dollars dépensés pour savoir quels crédits devraient lui être attribués dans l'avenir.

Ms Barrados: Il y a eu deux évaluations de programme et au cours de la vérification, nous en avons évalué la qualité. L'évaluation de programme est le mécanisme dont se sert le gouvernement pour vérifier l'efficacité des programmes. Nous avions des doutes au sujet de la qualité de ces évaluations; nous estimions que la qualité n'était pas celle à laquelle nous étions en droit de nous attendre et nous n'avions pas confiance dans les résultats. Ces évaluations ont permis au Ministère de

[Texte]

sufficient rigour in those evaluations to give us confidence that those were correct conclusions.

Mrs. Ur: Were they done by the government or the people who received the funds?

Ms Barrados: Those evaluations were done by Health and Welfare Canada, and that is consistent with the policy that the Government of Canada has in place. As part of our normal audit process, we look at the quality of those evaluations. We observed they weren't satisfactory.

Mrs. Ur: Was that perhaps one of the reasons the new horizons program has been re-evaluated or revamped?

Ms Barrados: Well, one of the observations we made was that the whole program was renewed without proper evaluation. We would have preferred to have had proper evaluation and that proper evaluation be the basis for decisions about how the strategy would be renewed.

The department has made commitments to start doing some assessments and looking seriously at the results. Again, your committee may want to follow up on how the work is progressing. We weren't satisfied we had the information on results.

Mrs. Ur: I saw some of those programs come through the constituency office. At times I wondered about some of those programs myself. That's why I posed that question.

I have one other short question about uninsured health benefits. As I read your audit, it appears to me to be a program that has some shortcomings as to reporting and calculations. What steps could be taken to improve the coordination and cost-effectiveness of this program? Is there sometimes a duplication of benefits within another government body, off reserve, job-related? Is that part of the problem?

Ms Barrados: Yes, it is part of the problem. It's a problem of what this program actually is. It is very difficult for everyone involved. I understand that one of the intentions here, though, is to have this program as a last resort: if you can't get any kind of help anywhere else, you go to this program. I think we talked earlier of an estimate of around \$40 million, and this program appeared not to have been the program of last resort. There were other means.

Mrs. Ur: So, in your view, it's being used on the wrong basis.

Ms Barrados: We feel there is room for a lot of improvement in terms of how this program is managed, how the funds are controlled. We observed some difficulties that lie very much at the base of what this thing actually is. If we can all agree on what it is, then the process is to manage and control and the funds can be put in place, with proper reporting to Parliament. It starts with weakness at the very beginning.

[Traduction]

conclure que les programmes étaient efficaces, mais nous estimions que les évaluations n'étaient pas suffisamment rigoureuses pour pouvoir se fier à l'exactitude des conclusions.

Mme Ur: Ces évaluations ont-elles été faites par le gouvernement ou par ceux qui ont reçu les fonds?

Mme Barrados: Elles ont été faites par Santé et Bien-être Canada, conformément à la politique en vigueur au gouvernement du Canada. Dans le cadre des étapes normales de notre vérification, nous avons vérifié la qualité de ces évaluations. Nous avons constaté qu'elles n'étaient pas satisfaisantes.

Mme Ur: Est-ce peut-être une des raisons pour lesquelles le programme Nouveaux Horizons a été réévalué ou restructuré?

Mme Barrados: Et bien, nous avons notamment fait observer que tout le programme avait été renouvelé sans avoir été évalué adéquatement. Il aurait été préférable d'avoir une évaluation appropriée qui aurait servi de base aux décisions à prendre sur la manière de reformuler la stratégie.

Le ministère s'était engagé à commencer par faire des évaluations et à examiner sérieusement les résultats avant de faire quoi que ce soit. Votre comité voudra peut-être suivre l'évolution de ce dossier également. Nous ne sommes pas convaincus d'avoir été bien informés des résultats.

Mme Ur: J'ai eu quelques demandes de subventions dans le cadre de ces programmes à mon bureau de circonscription. Je me suis moi-même posée des questions sur ces programmes. Voilà pourquoi je vous interroge à ce sujet.

J'aurais une autre brève question au sujet des services de santé non assurés. En lisant votre rapport de vérification, il m'a semblé que ce programme comportait des lacunes au niveau des rapports et des calculs. Quelles mesures pourrions-nous prendre pour améliorer la coordination et la rentabilité de ce programme? N'y a-t-il pas un risque de dédoublement avec des programmes offerts par d'autres organismes du gouvernement, hors réserves ou liés à l'emploi? Cela fait-il partie du problème?

Mme Barrados: Oui, cela fait partie du problème. On se demande au juste à quoi sert ce programme. Tout le monde s'interroge sur sa véritable raison d'être. Je crois savoir qu'il était censé être un programme de dernier recours: S'il est impossible d'obtenir de l'aide ailleurs, on se tourne vers ce programme. Je crois que nous avons parlé plus tôt d'un budget d'environ 40 millions de dollars et du fait que le programme n'a pas été un programme de dernier recours. Il y avait d'autres moyens.

Mme Ur: À votre avis, il est donc utilisé à mauvais escient.

Mme Barrados: Nous croyons qu'il y aurait beaucoup d'améliorations, à apporter à la gestion du programme, à la manière dont les fonds sont contrôlés. Nous avons constaté que certains problèmes découlaient en grande partie de la définition même du programme. Si nous arrivons à nous entendre sur ce point, il restera à gérer et à contrôler les fonds, à approuver les crédits et à en faire dûment rapport au Parlement. Ce programme comporte des faiblesses à sa base même.

[Text]

[Translation]

Mr. Scott: Could you quickly tell me what the role of your office is relative to what would be conditional expenditures? I'm thinking in the largest part of Health and Welfare Canada's expenditures or transfers to the provinces for the delivery of health care. What role do you play in terms of those expenditures that are conditional on compliance with the Canada Health Act?

• 1045

Ms Barrados: That's a very good question, and a tough one, because there's a lot of discussion around that very issue. Obviously, we do the audit that shows the payments, and the payments made into the public accounts. On the financial side it's pretty clear.

What becomes more difficult, as the federal auditor, is how far we can follow that federal money, particularly in the case of a transfer payment. We can audit those areas that are strictly in the federal domain without any problems. But it's much more difficult in those areas that go outside the federal domain.

Mr. Scott: So it's difficult. Do you only look at it from this end in terms of them complying with their own obligations under EPF? What about in terms of what the province does with that money?

Ms Barrados: I answered your question in terms of difficulty because I don't have an absolutely clear answer of how we can do it. The Auditor General is very concerned. As the Auditor General for the entire country, he is in a position to be able to provide assurance on money being well spent, regardless of where that money is spent.

There is discussion with the provincial auditors general in terms of how we could approach this question. I think it is in the public interest, wherever you are, that money is well spent. It's a large expenditure.

Mr. Scott: To some extent that answers my second question, because I wondered about the relationship between provincial and federal auditors general relative to that issue.

Who benefits from the overexpenditure on the non-insured payments program? When someone receives support under that program, which is supposed to be a program of last resort but isn't, does the individual benefit or is the province escaping its responsibility relative to an insured benefit?

Ms Barrados: Of that \$85 million estimate, we were talking about—

Mr. Scott: I think only \$45 million was identified as being overpayment on uninsured benefits. The rest of it fell through the cracks because it wasn't anticipated, the way I read it.

Ms Barrados: One-half of it was because the program wasn't used as a last resort. It would have come from somewhere else, like a province, or somebody would have paid it. The other half was comprised of benefits individuals gained.

M. Scott: Pourriez-vous me dire brièvement quel est le rôle de votre bureau en ce qui concerne les dépenses conditionnelles? Je pense notamment à la plus grande partie des dépenses de Santé et Bien-être Canada ou aux transferts aux provinces pour la prestation des services de santé. Quel rôle jouez-vous en ce qui concerne ces dépenses qui sont conditionnelles au respect des critères établis dans la Loi canadienne sur la santé?

Mme Barrados: C'est une très bonne question, mais une question difficile, car elle suscite énormément de débats. Évidemment, nous faisons la vérification qui montre les paiements, et les paiements versés aux comptes publics. Sur le plan financier, la question est très claire.

Ce qui est plus difficile pour le vérificateur fédéral, c'est de savoir jusqu'où l'on peut suivre cet argent fédéral, en particulier dans le cas des paiements de transfert. Nous pouvons facilement vérifier ces aspects qui sont strictement de compétence fédérale. Mais il est beaucoup plus difficile de le faire quand l'utilisation des fonds ne relève plus du gouvernement fédéral.

Mr. Scott: Ce n'est donc pas facile. Vous en tenez vous à vérifier si les obligations établies par le FPE ont été respectées? Qu'en est-il de l'utilisation que fait la province de ces sommes?

Mme Barrados: J'ai répondu à votre question en vous parlant des difficultés que nous avons, car je n'ai pas de réponse absolue sur la manière dont nous devrions procéder. Le Vérificateur général est très préoccupé par cette question. Ayant l'obligation de vérifier les dépenses publiques dans l'ensemble du pays, le Vérificateur général est habilité à s'assurer que les fonds sont dépensés efficacement, peu importe où l'argent est dépensé.

Nous avons des discussions avec les vérificateurs généraux des provinces sur la manière dont nous devrions aborder cette question. Je crois qu'il est dans l'intérêt public, où que nous soyons, que les fonds soient dépensés utilement. Ce sont des dépenses énormes.

Mr. Scott: Dans une certaine mesure, cela répond à ma deuxième question, car je me demandais s'il y avait des rapports entre les vérificateurs généraux des provinces et celui du gouvernement fédéral à cet égard.

Qui tire profit des dépassements des crédits en vertu du Programme des services de santé non assurés? Quand un bénéficiaire reçoit une aide financière en vertu de ce programme, qui est sensé être un programme de dernier recours mais qui ne l'est pas, est-ce le bénéficiaire qui en profite ou est-ce la province qui se soustrait à sa responsabilité à l'égard d'un service assuré?

Mme Barrados: Sur les 85 millions de dollars de crédits, nous parlons de . . .

Mr. Scott: De seulement 45 millions de dollars de dépassement sur les services non assurés, je crois. Dieu sait où le reste est allé, car ces dépenses n'avaient pas été prévues, si j'interprète bien votre rapport.

Mme Barrados: La moitié du dépassement provient du fait que le programme n'a pas été utilisé comme programme de dernier recours. Ces dépenses auraient été faites ailleurs, par une province, ou par quelqu'un d'autre qui aurait dû les assumer. L'autre moitié concerne des prestations reçues par des bénéficiaires.

[Texte]

[Traduction]

Mr. Scott: It's the first half I'm interested in.

Ms Barrados: It would have been paid by the provinces if the federal government hadn't paid.

Mr. Scott: So the provinces basically benefited in the context of overall health care spending.

Mr. Rafuse: There are three components to making up that \$45 million. The two largest ones are benefits that would have been paid by provinces through their social assistance programs. There is another amount that would have been paid through employer plans.

Mr. Scott: I understood that. Are you suggesting individuals were collecting twice?

Mr. Rafuse: No.

Mr. Scott: Okay. Thank you.

Ms Barrados: There was another question about the federal-provincial auditors general.

Mr. Scott: Yes. I think it was answered.

Ms Barrados: They operate very independently. I wasn't implying they don't operate independently, because they do.

They have a regular forum where they meet with their provincial public accounts committees and the auditors general. They meet at least once a year to discuss methodology. There is some discussion of parallel approaches, if not necessarily coordinated approaches.

Mr. Scott: The national Auditor General will indicate, from time to time in his report, duplication and redundancy as an area of concern.

To what extent might cooperation among auditors general, provincially and federally, be a way of getting at redundancy among jurisdictions? Everyone's talking about the existence of these redundancies. It's very difficult to discern where they are because there's no instrument I'm aware of to determine that.

Ms Barrados: You're quite right.

The Chairman: In a moment I'm going to invite the last two interveners, Mr. Szabo and Dr. Pagtakhan, to raise their questions.

• 1050

Before doing so, because I see some of my friends are preparing to go elsewhere, just let me say that in lieu of having the brief meeting at the end of this hearing, we're going to convene a brief meeting in camera for 11 a.m. on Tuesday the 26th, immediately following the hearing with the Minister of Health. There will be a brief meeting at 11 a.m., or a little before, assuming the witness finishes early. The purpose of that meeting is to make some decisions with respect to Bill C-7, the drug bill, that has now been referred to the committee by the House.

We have two choices. One option is to go with it in full committee, and we'll make some suggestions to you as to how we deal with it given our other undertaking with respect to plain packaging. The other option is to go with a subcommittee of five or six members.

M. Scott: C'est la première moitié qui m'intéresse.

Mme Barrados: Elle aurait été payée par les provinces si le gouvernement fédéral ne l'avait pas fait.

M. Scott: Donc, les provinces ont été gagnantes par rapport à l'ensemble des dépenses en matière de santé.

M. Rafuse: Ce montant de 45 millions de dollars provient de trois sources. Les deux principales sont les prestations qui auraient été payées par les provinces dans le cadre de leur programme d'assistance sociale. Il y a un autre montant qui aurait été payé par l'entremise des régimes fournis par l'employeur.

M. Scott: Je l'avais compris. Laissez-vous entendre que des personnes ont reçu deux fois des prestations?

M. Rafuse: Non.

M. Scott: Très bien. Merci.

Mme Barrados: Il y avait une autre question au sujet des vérificateurs généraux fédéral et provinciaux.

M. Scott: Oui. Je crois qu'on y a répondu.

Mme Barrados: Ils sont très indépendants les uns des autres. Je ne voulais pas dire que leur fonctionnement n'était pas distinct, car il l'est.

Il y a régulièrement des rencontres entre les comités des comptes publics et les vérificateurs généraux provinciaux. Ils se réunissent au moins une fois par an pour discuter de méthodologie. Ils discutent d'approches parallèles, mais pas nécessairement d'approches coordonnées.

M. Scott: Le vérificateur général fédéral critiquera à l'occasion, dans son rapport, les dédoublements et les chevauchements.

Dans quelle mesure la coopération entre les vérificateurs généraux provinciaux et fédéral, serait-elle un moyen de régler le problème des dédoublements entre les divers paliers de compétence? Tout le monde parle des dédoublements. Il est très difficile de les situer car il n'existe pas de mécanisme, à ma connaissance, pour vérifier ce genre de choses.

Mme Barrados: Vous avez raison.

Le président: Dans un moment, je vais inviter les deux derniers intervenants, M. Szabo et M. Pagtakhan, à poser leurs questions.

Avant de le faire, car je constate que certains de nos collègues s'apprêtent à partir, permettez-moi de dire qu'au lieu d'avoir une brève réunion à la fin de ces audiences, nous allons vous convoquer pour une courte séance à huis clos à 11 heures, le mardi 26 avril, immédiatement après la comparution de la ministre de la Santé. Nous tiendrons une brève séance à 11 heures, ou un peu avant, si la comparution du témoin finit plus tôt. Cette séance nous permettra de prendre certaines décisions concernant le projet de loi C-7 sur les médicaments, dont l'étude a été renvoyée au comité par la Chambre.

Nous avons deux options: la première serait de discuter de cette question avec l'ensemble du comité; nous vous ferions alors des suggestions sur la façon dont nous procéderions compte tenu de l'étude que nous avons déjà entreprise au sujet de l'emballage banalisé des cigarettes. L'autre option serait de former un sous-comité composé de cinq ou six membres.

[Text]

In that event, I just indicate to our friends in the opposition that I hope you would be prepared to indicate one of each of your members to sit on that subcommittee. We on the government side will indicate three or four people, depending on the decision of the committee.

So that's essentially what we'll be dealing with on Tuesday morning. We'll either strike a subcommittee to deal with Bill C-7 or decide how we're going to deal with C-7.

Now, in terms of the hearings, I have two interveners in this order: Mr. Szabo, Dr. Pagtakhan.

Mr. Szabo: Thank you, Chairman.

Welcome. In your opening remarks you commented on the quality of management of projects under programs. I have some concern because you didn't comment on the quality of management of the Department of Health. Indeed, if you look at your own report, at page 471, under programs for seniors, I read the main points. Some say here:

Programs are "unco-ordinated and fragmented", "Service standards...have yet to be developed", "Estimates...are not fulfilling their role as accountability documents".

Notwithstanding what the Treasury Board people said, you're saying something different:

Significant deficiencies in...the CPP program, Overpayments...from \$120 million to \$220 million each year. Existing systems and procedures are inadequate to identify, control and collect these overpayments; The quality and level of service is unacceptable, Seniors Strategy has no needs assessment and little planning for implementation, administration costs...are high.

It's the kind of thing obviously that doesn't paint a very rosy picture if you couch it in those terms. Maybe I'll focus a little on, let's say, the costs.

There's no question that all members of Parliament continue to get feedback from ordinary Canadians who ask how we can let \$120 million to \$200 million be overpaid. They always put it in reference to an individual's income, not the government. This amount represents less than one-quarter of 1% of the expenditures under those programs. In general, businesses will be quite happy with that kind of slippage or leakage because of the amount of dollars controlled.

But the fact remains there is something wrong somewhere. So I would ask you, if I were to go out, do you think I could find a private organization that would, under a contract, be prepared to undertake the disbursement of moneys under OAS and CPP, for instance, for a fee, on a fixed fee basis, where they would be responsible for overpayments themselves?

[Translation]

En l'occurrence, je demanderais à nos collègues de l'Opposition de me faire savoir lequel de leurs représentants siégerait à ce sous-comité. Du côté du gouvernement, nous désignerons trois ou quatre personnes, selon la décision du comité.

Essentiellement, c'est de cela que nous discuterons mardi matin. Ou bien nous formerons un sous-comité pour disposer du projet de loi C-7 ou bien nous déciderons de la manière dont nous allons procéder avec ce projet de loi.

Pour en revenir à nos audiences, je vais maintenant donner la parole aux deux intervenants suivants, dans l'ordre: M. Szabo et M. Pagtakhan.

M. Szabo: Merci beaucoup, monsieur le président.

Bienvenue au comité. Dans vos remarques préliminaires, vous avez formulé un commentaire au sujet de la qualité de la gestion des projets réalisés en vertu des programmes. Je m'inquiète un peu, car vous n'avez pas fait de commentaires sur la qualité de la gestion du ministère de la Santé. En réalité, vous vous reportez à votre rapport, à la page 515, sous la rubrique «Les programmes pour les aînés», où l'on peut lire:

L'élaboration des programmes relatifs aux aînés est non coordonnée et fragmentée... Les programmes pour les aînés restent dépourvus de normes de service... les rapports annuels ne jouent pas leur rôle de documents liés à l'obligation de rendre compte de ces programmes.

Nonobstant ce qu'ont dit les fonctionnaires du Conseil du Trésor, vous tenez un discours un peu différent, en ces termes:

Nous avons constaté d'importantes lacunes dans la gestion du Régime de pensions du Canada. Les plus-payés... sont de l'ordre de 120 à 220 millions de dollars chaque année. Les systèmes et les procédés ne suffisent pas à détecter, à contrôler et à recouvrer ces plus-payés... la qualité et le niveau du service... sont inacceptables... la Stratégie à l'égard des aînés... a été lancée... sans qu'on ait procédé à une évaluation préalable des besoins et à une planification suffisante de la mise en oeuvre... le coût d'administration associé à ces programmes est élevé.

On ne peut pas, à proprement parler, dire qu'il s'agit d'une description très flatteuse de la situation, si vous me permettez ces termes. Ma question concerne surtout les coûts.

Les députés en ont assez de se faire demander par leurs électeurs comment le gouvernement peut permettre des dépassements de 120 à 200 millions de dollars. Ils comparent toujours ces montants à leur propre revenu, et non à celui du gouvernement. C'est moins de un quart de 1 p. 100 des dépenses au titre de tous ces programmes. En général, les entreprises seraient bien heureuses d'écart aussi peu importants par rapport au montant contrôlé.

Il reste qu'il y a quelque chose qui ne va pas quelque part. Voici ma question: si je voulais confier l'administration de ce service à quelqu'un d'autre, croyez-vous que je trouverais un organisme privé qui accepterait de s'occuper, en vertu d'une entente contractuelle, du versement des prestations au titre de la SV ou du RPC, moyennant un droit ou des honoraires fixes, et qui se rendrait responsable des plus-payés?

[Texte]

[Traduction]

Ms Barrados: I'm not sure I know enough about the private sector to answer that question, but I'll add a little to your comment about how big and how meaningful this is. There was particular concern because it wasn't randomly distributed.

Mr. Szabo: Thank you. That's important.

• 1055

Ms Barrados: It tended to be associated with a particular program, and that makes you more concerned. If it was all over equally, then your comment and argument has a logic to it.

Mr. Szabo: Over time I think we're going to want to look a little more closely. I think the Auditor General raises important issues each year, and I suspect that there may be some frustration that after all the audit work is done and the recommendations and observations have been made. . .we certainly get feedback from the departments involved, but to see whether any progress is being made.

Do you think the situation that you've reported on has improved over time, remained the same or perhaps deteriorated? I'm talking in terms of fiscal management.

Ms Barrados: That's a difficult question to answer, and it's one that my boss, the Auditor General, asks all the time as well. There is an enormous variability in terms of where you look. The government is a big place and there are many differences in where you look.

Some positive things have been occurring. We do have the consolidated statements, we have been giving a clean opinion on those statements, and there has been improvement there. We do have part III of the estimates, with an effort to do performance reporting. So there is progress, but I think there is room for a lot more improvement.

Mr. Pagtakhan: In response to an earlier question from Mr. Scott, you said that no evaluation of the previous program was done before the program strategy was renewed. What would you recommend be put in place before a new program is instituted?

Ms Barrados: In the case of the seniors programs, some evaluations were done but they weren't good evaluations. Poor evaluations are sometimes even worse than no evaluations. There is a program evaluation policy in place that requires regular evaluation. To me it makes sense that before you renew a strategy, you find out how well you've been doing and make the appropriate changes based on what you found. The Auditor General had three chapters in last year's annual report making those arguments, saying how important it was for managers to do this and for members of Parliament to have this kind of information.

Mr. Pagtakhan: Could you tell the difference between poor evaluation, notwithstanding the presence of good evaluation tools, and poor evaluation because the tools for evaluation were not well designed?

Mme Barrados: Je ne suis pas sûre d'être assez au courant du fonctionnement du secteur privé pour pouvoir répondre à cette question, mais j'ajouterais un petit commentaire au sujet de l'ampleur et de l'importance de ce dépassement. Nous nous en sommes inquiétés parce que les plus-payés n'étaient pas répartis au hasard.

M. Szabo: Merci. C'est important.

Ms Barrados: Ces plus-payés avaient tendance à être associés à un programme en particulier, et cela est plus inquiétant. S'ils avaient été répartis également, vos commentaires et vos arguments prendraient un sens.

M. Szabo: Avec le temps, je crois que nous allons être plus attentifs à ce qui se passe vraiment. Le vérificateur général pose d'importantes questions chaque année, et j'imagine qu'il doit être assez frustrant, après tout ce travail et après toutes les recommandations et les observations qui sont formulées, de constater qu'il n'y a pas de suivi, même si les ministères concernés se donnent la peine de réagir.

Croyez-vous que les situations qui ont été rapportées dans vos rapports se sont améliorées avec le temps, sont demeurées les mêmes ou se sont détériorées? Je veux parler de l'aspect concernant la gestion financière.

Mme Barrados: C'est une question à laquelle il est difficile de répondre, et que se pose constamment mon patron, le vérificateur général. Les résultats varient énormément selon les volets examinés. La gestion de l'État est une grosse machine, et il y a bien des différences entre les divers services.

Nous avons constaté des résultats positifs. Nous avons étudié les états consolidés et avons constaté qu'il y avait eu des améliorations. Nous avons la partie III du budget dans laquelle les ministères doivent désormais rendre compte du rendement des programmes. Il y a donc eu des progrès, mais il y a encore beaucoup de place à l'amélioration.

M. Pagtakhan: En réponse à une question posée plus tôt par M. Scott, vous avez dit que la stratégie du programme avait été formulée sans que l'ancien programme ait été évalué de façon appropriée. Quelles mesures devrait-on prendre, à votre avis, avant qu'un nouveau programme soit institué?

Mme Barrados: Dans le cas des programmes destinés aux personnes âgées, il y a bien eu des évaluations, mais elles n'étaient pas bonnes. Il est parfois pire d'avoir une piètre évaluation que de n'en n'avoir pas du tout. La politique en vigueur exige que les programmes soient évalués régulièrement. Il me semble qu'il serait assez logique, avant de renouveler une stratégie, de vérifier si celle qu'on veut abandonner a été efficace et de la modifier au besoin. Le vérificateur général avait consacré trois chapitres à ces arguments dans son rapport de l'an dernier. Il disait qu'il était important que les gestionnaires fassent ce genre d'évaluation et transmettent l'information au Parlement.

M. Pagtakhan: Pourriez-vous dire quelle est la différence entre une piètre évaluation réalisée malgré l'existence de bons instruments d'évaluation et une piètre évaluation résultant de l'absence d'instruments d'évaluation appropriés?

[Text]

[Translation]

Ms Barrados: That's a difficult question. The only way you can judge whether an evaluation is good or not is by getting some understanding of the program and then making sure that the tools that were used were appropriate. Often they are the right tools in the wrong place, and part of doing a good evaluation is making sure that the right tools are used for the right question.

Mme Barrados: Vous me posez là une question difficile. La seule manière de juger de la valeur d'une évaluation, c'est d'essayer de comprendre le programme et de s'assurer que les instruments utilisés étaient appropriés. Souvent, on utilise le bon instrument au mauvais endroit, et un des volets d'une bonne évaluation consiste justement à s'assurer qu'on a le bon instrument pour les bonnes questions.

Mr. Pagtakhan: The department and the committee are seized with a study on the plain packaging of tobacco. Were a new program to be initiated with respect to this issue—and we do not know the conclusion—would you have any suggestions as to how we would prepare for an evaluation for this new initiative, if it were to pass?

M. Pagtakhan: Le ministère et le comité sont saisis d'une étude sur l'emballage banalisé des cigarettes. Si un nouveau programme devrait être mis en place au sujet de cette question—and nous ne connaissons pas encore les conclusions de l'étude—auriez-vous des suggestions sur la manière dont nous devrions procéder pour évaluer cette nouvelle initiative?

Ms Barrados: I think it's important for government managers to put in place, at the very beginning, the ability to measure what they're trying to do. That means an articulation of what is being accomplished here. So whatever the program is, what are you trying to achieve, and what kind of data do you need to assess what that would be?

Mme Barrados: Je crois qu'il est important que les gestionnaires du gouvernement mettent en place, dès le début, les mécanismes voulus pour pouvoir évaluer les mesures qu'ils veulent implanter. Dans le cas qui nous occupe, le projet devra être bien articulé. Quel que soit le programme, il faudra bien définir les buts à atteindre et déterminer quelles données seront nécessaires pour définir son contenu.

You must be sure to build that into the design of your program at the very start, because it's very difficult to get data to show change—in other words, to show that you had some kind of an effect—if you didn't start measuring it at the very beginning. Frequently that's what happens, and frequently that's why it gets difficult to do. So I would recommend very strongly that any new initiative has what they tend to term an evaluation of framework, that it has those measure built in.

Les outils d'évaluation devront être en place dès la conception du programme, car il est très difficile d'obtenir des données pour prouver qu'il y a eu un changement—autrement dit pour prouver que la mesure a eu un effet—si on ne s'est pas donné la peine de faire les évaluations nécessaires dès le début. C'est souvent ce qui arrive et c'est souvent aussi pourquoi on éprouve des difficultés. Je vous recommanderais donc instamment de prévoir un cadre d'évaluation assorti des mesures appropriées avant de mettre en place une nouvelle initiative.

• 1100

Mr. Pagtakhan: Thank you so much.

M. Pagtakhan: Merci beaucoup.

The Chairman: Thank you. Thank you to the witnesses. Do you have any final comments you'd like to make, Ms Barrados?

Le président: J'aimerais remercier chaleureusement nos témoins. Auriez-vous un commentaire final à formuler, madame Barrados?

Ms Barrados: No, thank you very much. If we can be of any further help, please give us a call.

Mme Barrados: Non, merci beaucoup. Si vous avez encore besoin de notre aide, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

The Chairman: It was a good session. We appreciate that. Thanks for coming.

Le président: Ce fut une séance fructueuse. Nous en sommes très heureux. Nous vous remercions d'avoir accepté notre invitation.

The hearing is adjourned.

La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Treasury Board:

Mel Cappe, Deputy Secretary, Program Branch;
Dennis Kam, Director, Estimates Division, Program Branch;
Norm Everest, Analyst, Estimates Division, Program Branch.

From the Office of the Auditor General of Canada:

Maria Barrados, Assistant Auditor General, Audit Operations Branch;
William Rafuse, Principal.

TÉMOINS

Du Conseil du Trésor:

Mel Cappe, sous-secrétaire, Direction des programmes;
Dennis Kam, directeur, Division des prévisions budgétaires, Direction des programmes;
Norm Everest, analyste, Division des prévisions budgétaires, Direction des programmes.

Du Bureau du vérificateur général du Canada:

Maria Barrados, vérificateur général adjointe, Direction générale des Opérations de vérification;
William Rafuse, directeur principal.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CAI
XC 28
- H 39

Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 5

Tuesday, April 26, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 5

Le mardi 26 avril 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la

Health

Santé

RESPECTING:

Main estimates 1994-95: Votes 1, 5, 10, 15, 20, 25 and 30 under HEALTH

CONCERNANT:

Budget des dépenses principal 1994-1995: crédits 1, 5, 10, 15, 20, 25 et 30, sous la rubrique SANTÉ

APPEARING:

The Honourable Diane Marleau,
Minister of Health

COMPARAÎT:

L'honorable Diane Marleau,
ministre de la Santé

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

ORDERS OF REFERENCE

Extract from the Votes & Proceedings of the House of Commons of Tuesday, April 19, 1994.

Pursuant to Standing Order 45(5)(a), consideration resumed on the motion of Ms Marleau (Minister of Health), seconded by Mrs. Finestone (Secretary of State (Multiculturalism) (Status of Women)),—That Bill C-7, An Act respecting the control of certain drugs, their precursors and other substances and to amend certain other Acts and repeal the Narcotic Control Act in consequence thereof, be now read a second time and referred to the Standing Committee on Health.

By unanimous consent, the question was put on the main motion and it was agreed to on division.

Accordingly, the Bill was read the second time and referred to the Standing Committee on Health.

ATTEST

Extract from the Votes & Proceedings of the House of Commons of Thursday, February 24, 1994.

Pursuant to Standing Order 81(6), Mr. Eggleton (President of the Treasury Board), seconded by Mr. Robichaud (Secretary of State (Parliamentary Affairs)), moved,—That the Main Estimates for the fiscal year ending March 31, 1995, be referred to the several Standing Committees of the House as follows:

To the Standing Committee on Health
Health, Votes 1, 5, 10, 15, 20, 25 and 30.

ATTEST

ORDRES DE RENVOI

Extrait des Procès-verbaux de la Chambre des communes du mardi 19 avril 1994

Conformément à l'article 45(5)a) du Règlement, l'étude reprend sur la motion de Mme Marleau (ministre de la Santé), appuyée par Mme Finestone (secrétaire d'État (Multiculturalisme) (Situation de la femme)),—Que le projet de loi C-7, Loi portant réglementation de certaines drogues et de leurs précurseurs ainsi que d'autres substances, modifiant certaines lois et abrogeant la Loi sur les stupéfiants en conséquence, soit maintenu lu une deuxième fois et renvoyé au Comité permanent de la santé.

Du consentement unanime, la motion principale, mise aux voix, est agréée par vote.

En conséquence, le projet de loi est lu une deuxième fois et renvoyé au Comité permanent de la santé.

ATTESTÉ

Extrait des Procès-verbaux de la Chambre des communes du jeudi 24 février 1994

Conformément à l'article 81(6) du Règlement, M. Eggleton (président du Conseil du Trésor), appuyé par M. Robichaud (secrétaire d'État (Affaires parlementaires)), propose,—Que le Budget des dépenses principal pour l'exercice se terminant le 31 mars 1995, soit renvoyé aux divers Comités permanents de la Chambre, comme suit:

Au Comité permanent de la santé
Santé, crédits 1, 5, 10, 15, 20, 25 et 30.

ATTESTÉ

Le Greffier de la Chambre des communes

ROBERT MARLEAU

Clerk of the House of Commons

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, APRIL 26, 1994

(10)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 9:10 o'clock a.m. this day, in Room 371, West Block, the Chair, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Acting Member present: Robert Bertrand for Bernard Patry.

Associate Member present: Grant Hill.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curran, Research Officers.

Appearing: The Honourable Diane Marleau, Minister of Health.

Witnesses: From Health Canada: Michèle S. Jean, Deputy Minister; Orville Marquardt, Director General, Departmental Planning and Financial Administration Directorate, Corporate Services Branch; André Juneau, Assistant Deputy Minister, Policy and Consultation Branch.

The Order of Reference dated Thursday, February 24, 1994, relating to the Main Estimates for the fiscal year ending March 31, 1995, being read as follows:

Ordered,—That Votes 1, 5, 10, 15, 20, 25 and 30 under HEALTH, be referred to the Standing Committee on Health.

The Chairman called Vote 1.

The Minister made a statement and, with Orville Marquardt, answered questions.

At 11:02 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:06 o'clock a.m., the sitting resumed *in camera*.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee proceeded to discuss its future business.

The Order of Reference dated Tuesday, April 19, 1994, being read as follows:

Ordered,—That Bill C-7, An Act respecting the control of certain drugs, their precursors and other substances and to amend certain other Acts and repeal the Narcotic Control Act in consequence thereof, be now read a second time and referred to the Standing Committee on Health.

After debate, it was agreed,—That, pursuant to Standing Order 108(1), a Sub-Committee of the Standing Committee on Health be established, to be composed of Paul Szabo as Chair, and Margaret Bridgman, Paul de Savoye, Hedy Fry, Andy Scott and Rose-Marie Ur as members, to study Bill C-7, An Act respecting the control of certain drugs, their precursors and other substances and to amend certain other Acts and repeal the Narcotic Control Act in consequence thereof, and to report thereon to the Committee; that on presentation of the said report it be deemed adopted; and that the Chairman of the Committee present it to the House on behalf of the Committee.

PROCÈS-VERBAL

LE MARDI 26 AVRIL 1994

(10)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 h 10, dans la salle 371 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Roger Simmons (président).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Membre suppléant présent: Robert Bertrand pour Bernard Patry.

Membre associé présent: Grant Hill.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curran, attachés de recherche.

Comparaît: L'hon. Diane Marleau, ministre de la Santé.

Témoins: De Santé Canada: Michèle S. Jean, sous-ministre; Orville Marquardt, directeur général, Planification ministérielle et administration financière, Services de gestion; André Juneau, sous-ministre adjoint, Politiques et consultation.

Lecture est donnée de l'ordre de renvoi du jeudi 24 février 1994, portant sur l'étude du Budget des dépenses pour l'exercice prenant fin le 31 mars 1995:

Il est ordonné—Que les crédits 1, 5, 10, 15, 20, 25 et 30, sous la rubrique SANTÉ, soient renvoyés au Comité permanent de la santé.

Le président appelle: crédit 1.

La ministre fait une déclaration, puis elle-même et Orville Marquardt, répondent aux questions.

À 11 h 02, la séance est suspendue.

À 11 h 06, la séance reprend à huis clos.

En application du paragraphe 108(2), le Comité discute de ses travaux futurs.

Lecture est faite de l'ordre de renvoi du mardi 19 avril 1994, ainsi libellé:

Il est ordonné—Que le projet de loi C-7, Loi portant réglementation de certaines drogues et de leurs précurseurs ainsi que d'autres substances, modifiant certaines lois et abrogeant la Loi sur les stupéfiants en conséquence, soit maintenant lu une deuxième fois et renvoyé au Comité permanent de la santé.

Après débat, il est convenu—Conformément au paragraphe 108(1) du Règlement, que soit constitué un sous-comité du Comité permanent de la santé, formé de Paul Szabo (président), Margaret Bridgman, Paul de Savoye, Hedy Fry, Andy Scott et Rose-Marie Ur, chargé d'étudier le projet de loi C-7, Loi portant réglementation de certaines drogues et de leurs précurseurs ainsi que d'autres substances, modifiant certaines lois et abrogeant la Loi sur les stupéfiants en conséquence, et de faire rapport au Comité; à sa présentation, le rapport sera adopté d'office, et le président du Comité le présentera à la Chambre.

It was agreed,—That the Sub-Committee be empowered, except when the House otherwise orders, to send for persons, papers and records, to sit while the House is sitting, to sit during periods when the House stands adjourned, to print from day to day such papers and evidence as may be ordered by it and to authorize the Chair to hold meetings to receive evidence when a quorum is not present and to authorize the printing thereof.

It was agreed,—That a Research Officer be provided to the Sub-Committee by the Library of Parliament.

At 11:30 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Il est convenu—Que le Sous-comité soit autorisé, sauf avis contraire de la Chambre, à convoquer des témoins, à exiger des documents et des dossiers, à se réunir pendant que la Chambre siège et pendant les ajournements, à faire imprimer au jour le jour des documents et témoignages et à permettre à son président, en l'absence de quorum, de tenir des séances, d'entendre des témoignages et d'en approuver l'impression.

Il est convenu—Que la Bibliothèque du Parlement prête au Sous-comité les services d'un attaché de recherche.

À 11 h 30, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

Clerk of the Committee

La greffière du Comité

Carmen DePape

[Text]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Tuesday, April 26, 1994

[Translation]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le mardi 26 avril 1994

• 0906

The Chairman: I call the meeting of the Standing Committee on Health to order.

I'm pleased this morning to have as our witness my friend and colleague, the Hon. Diane Marleau, the Minister of Health. Welcome. In a moment I'm going to invite the minister to introduce the people at the table with her, and then I will invite her to make a brief opening statement, if she so desires. The emphasis is on brief, because we want to keep most of the time for an exchange between the minister and members of the committee.

Welcome, Diane. Who is with you?

Hon. Diane Marleau (Minister of Health): Thank you.

Let me start by introducing the officials who are with me today: Michèle Jean, is the deputy minister; Orville Marquardt, is the DG of finance; and André Juneau, is the ADM of policy and consultation.

Mr. Chairman, colleagues, it's indeed an honour. It's kind of different to be sitting at this end of the table, having participated in many committees. I have spent many hours in these rooms, sitting where my colleagues from the Bloc Québécois are sitting. So it's a bit of a novel thing to be speaking to you, rather than being the one asking the questions. I'm sure you'll be every bit as good as I was, probably better. I hope not.

I've been looking forward to this chance to talk with you and take your questions. As one member who has put in a lot of hours on many committees, I know the contribution that able and committed MPs can make to sound policies for Canadians, and I know Canadians can count on each one of you to fulfil this committee's mandate.

The departmental overview, spending requirements and background information can be found in part III of the main estimates, and of course the numbers are all in this particular book.

The book deals with the specifics, such as our commitment to improve the coordination of programs for seniors, which the Auditor General singled out. One of my priorities as health minister is to ensure careful management of all Health Canada expenditures. I will take definitive action to improve the management of seniors programs as well as the non-insured health benefits program.

[Translation]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le mardi 26 avril 1994

• 0906

Le président: Je déclare ouverte cette réunion du comité permanent de la santé.

Ce matin, nous sommes heureux d'accueillir notre amie et collègue, l'honorable Diane Marleau, ministre de la Santé. Je vous souhaite la bienvenue. Dans un instant, je demanderai à la ministre de nous présenter les personnes à la table avec elle, et ensuite je la prierai de nous faire un bref exposé, si elle le souhaite. Je dis bien bref, car nous voulons réservé le plus de temps possible au dialogue entre la ministre et les membres du comité.

Je vous souhaite la bienvenue, Diane. Qui vous accompagne?

L'honorable Diane Marleau (ministre de la Santé): Merci.

Permettez-moi de vous présenter tout d'abord les collaborateurs qui m'accompagnent aujourd'hui: M^{me} Michèle Jean, sous-ministre; M. Orville Marquardt, directeur général des finances; et M. André Juneau, sous-ministre adjoint, politique et consultation.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, c'est un grand honneur que d'être ici. C'est un peu différent d'être à ce bout-ci de la table, après toutes ces séances de comités auxquelles j'ai participé. J'ai passé de longues heures dans ces salles, là où mes collègues du Bloc québécois sont maintenant. C'est donc une nouveauté pour moi que de vous adresser la parole, plutôt que de poser les questions. Je suis persuadée que vous serez tout aussi astucieux que je l'ai été, peut-être encore plus. Enfin je ne l'espère pas.

J'attendais avec impatience cette occasion qui m'est offerte de dialoguer avec vous et de répondre à vos questions. Après avoir passé, comme député, de nombreuses heures aux travaux de comités, je connais la contribution que les députés compétents et dévoués peuvent faire à la formulation de politiques judicieuses pour la société canadienne. Je sais que je peux me fier à chacun d'entre vous pour mener à bien le mandat de ce comité.

L'aperçu du ministère, un exposé de ses besoins financiers, ainsi que des renseignements connexes, se trouvent à la Partie III du Budget des dépenses principal. C'est là, bien sûr, que l'on y trouve les chiffres.

Ce plan de dépenses expose des objectifs particuliers, par exemple notre engagement à assurer une meilleure coordination des programmes à l'intention des aînés, besoin dont faisait état le vérificateur général dans son rapport. L'une de mes priorités, à titre de ministre de la Santé, est d'assurer une gestion financière conscientieuse des dépenses de Santé Canada. Et je prendrai les mesures nécessaires afin d'améliorer la gestion des programmes pour les aînés et du Programme de services de santé non assurés.

• 0910

Let me also be perfectly clear. Canadians should not expect massive, expensive, and unfocused anti-smoking advertising campaigns. I will use funds sparingly and only once I'm convinced that our anti-tobacco messages can influence the

À ce sujet, je tiens à apporter une précision: les Canadiens et Canadiennes ne doivent pas s'attendre à ce que nous lancions des campagnes de publicité antitabac massives, onéreuses et non ciblées. Je vais utiliser le budget de publicité avec modération,

[Texte]

behaviour of our target groups. The public and members of Parliament should know that I have practised and will practise fiscal responsibility on this and other health issues, as I have done throughout my political career.

Besides careful financial management, I have five other priorities in this mandate: delivering on various red book initiatives in the health sector; promoting health system renewal through the National Forum on Health and federal-provincial cooperation; addressing dominant public health issues, such as tobacco and the Krever inquiry on blood; promoting women's health; and focusing on the well-being of children and families.

Today, I want to go beyond the details and talk about what they mean to me. I want to concentrate on our goals for the health of Canadians and how we're going about meeting them.

It was 10 years ago this month that the Canada Health Act was proclaimed. Ten years ago the Canadian government took a decisive stand for the kind of health system this country must have—one that is universal, portable, comprehensive, accessible, and publicly administered. It must be a system where people get care based on how much they need it, not on how well they can afford it.

This is the kind of health system we enshrined a decade ago in the Canada Health Act, and it is the kind of system Canadians want now and will want in the future.

Mr. Chairman, the health field is a complex one. It's easy to become absorbed in reports and studies, data, and demographics. But when you get right down to it, what matters about the work we do is how it affects the lives of the people we're here to serve. The best way to find out is by asking them, and I've been doing that.

I've had a chance to visit every part of the country, except for the territories. I've not quite met with everyone I need to, but I've been to enough places and met with enough groups to come to a strong conclusion. When it comes to meeting their health needs, people across this country have remarkably similar concerns and deeply held beliefs.

In Edmonton I went to a question-and-answer session with seniors. One after the other the questions reflected the same concerns: are we about to get user fees under another name? What's happening with private clinics? What about delisting of services? How long are we going to have to line up for cataract surgery if we need it? Will we have to pay for it?

But, Mr. Chairman, it isn't just a matter of age. That same day I heard the same questions and concerns from a group of students and young adults at the University of Alberta.

[Traduction]

quand j'aurai la conviction que nos messages anti-tabagisme peuvent influencer le comportement de nos groupes cibles. Il faut que la population et les députés sachent que je vais agir de façon responsable, sur le plan financier, dans ce secteur comme dans tous les autres domaines de la santé, comme je l'ai toujours fait au cours de ma carrière de politique.

Outre une gestion financière conscientieuse des ressources de mon ministère, je me suis également fixée cinq autres priorités dans l'exercice de mon mandat: la réalisation des divers engagements du Livre rouge au chapitre de la santé, la promotion d'un renouvellement du système de santé grâce au Forum national sur la santé et la coopération fédérale-provinciale, la résolution de questions majeures de santé publique, telles le tabac et l'enquête Krever sur le sang, la promotion de la santé des femmes et, enfin, le bien-être des enfants et des familles.

Je voudrais aujourd'hui déborder les questions de détail, pour vous exprimer ce que toutes ces interventions signifient pour moi. Je voudrais axer mon exposé sur les buts auxquels nous tendons, en ce qui a trait à la santé des Canadiens et Canadiennes, et sur la façon dont nous comptons atteindre ces buts.

La Loi canadienne sur la santé a été proclamée il y a dix ans ce mois-ci. Il y a dix ans, le gouvernement canadien a pris position de façon décisive, pour établir le genre de système de santé dont notre pays avait besoin, un système fondé sur les principes de l'universalité, de l'intégralité, de l'accessibilité, de la transférabilité et de la gestion politique. Ce système doit assurer des soins en fonction des besoins des personnes, et non en fonction de leur capacité de se les procurer.

Voilà le genre de système de santé que nous avons affirmé il y a dix ans en proclamant la Loi canadienne sur la santé. Et voilà le genre de système que les Canadiens et Canadiennes veulent aujourd'hui et voudront dans le futur.

Monsieur le président, le domaine de la santé est complexe. Il est facile de se perdre dans les rapports et les études, les données et les courbes démographiques. Mais, lorsqu'on y pense bien, ce qui importe, quoi que l'on fasse, c'est la façon dont cela touche les personnes qui nous sommes ici pour servir. La meilleure façon d'y arriver, c'est de le leur demander, et c'est ce que j'ai fait.

J'ai eu l'occasion de me rendre dans toutes les parties du pays, sauf dans les deux territoires. Je n'ai pas encore rencontré toutes les personnes que je devrais rencontrer, mais j'ai discuté avec suffisamment de groupes, pour parvenir à une conclusion bien nette. En ce qui a trait à leurs besoins en matière de santé, les gens de ce pays expriment des préoccupations et des convictions profondes qui se ressemblent étrangement.

J'ai participé à un échange avec des aînés à Edmonton. Les questions qu'ils m'ont posées traduisaient toutes les mêmes préoccupations: va-t-on nous imposer un ticket modérateur, en le déguisant sous un autre nom? Que va-t-il advenir des cliniques privées? L'assurance-maladie va-t-elle cesser de couvrir certains services? Combien de temps va-t-il falloir attendre pour se faire opérer de la cataracte si on en a besoin? Devrons-nous payer pour cela?

Mais, monsieur le président, ce n'est pas simplement une question d'âge. Le même jour, j'ai rencontré des étudiants à l'Université de l'Alberta qui m'ont posé les mêmes questions et m'ont fait part des mêmes préoccupations.

[Text]

Monsieur le président, ces inquiétudes ne se manifestent pas seulement en Alberta. On m'a posé les mêmes questions en Ontario, au Québec et dans les provinces de l'Atlantique.

Canadians are concerned that the health services they thought they could depend on have started to become more elusive. They're worried about whether they will become out of reach. When it comes to delisting user fees and private hospitals, the message is the same. Canadians do not want cash register medicine with or without an express line.

[Translation]

Mr. Chairman, these concerns do not exist only in Alberta. I had the same questions in Ontario, Quebec and the Atlantic provinces.

Les Canadiens s'inquiètent de voir que les services de santé sur lesquels ils croyaient pouvoir compter deviennent plus douteux. Ils se demandent s'ils ne vont pas devenir inaccessibles. Lorsqu'il est question d'abandonner certains services, de privatiser les hôpitaux, le message est le même. Les Canadiens et Canadiennes ne veulent pas devoir passer à la caisse, même si le service est rapide.

• 0915

Nous sommes tous inquiets devant la situation actuelle. Petit à petit, les services de santé que nous considérons comme acquis deviennent difficiles à obtenir. Lorsqu'il est question de ne plus assurer certains services, d'imposer un ticket modérateur, de privatiser les hôpitaux, le message est le même. Les Canadiens et les Canadiennes ne veulent pas de service médical commercialisé avec ou sans caisse rapide.

From all parts of the country, the same message keeps coming back. Canadians want the federal government to ensure that they'll have the access they need when they need it.

Les Canadiens et les Canadiennes comptent sur le gouvernement fédéral pour préserver les principaux acquis, dont l'un des plus importants est l'accessibilité aux services. Notre gouvernement s'est engagé à leur fournir une telle garantie, une garantie qui est un élément important du Livre rouge, de la vision du pays que nous avons offerte aux Canadiens et Canadiennes au cours de la campagne électorale et dont nous tirons nos grandes orientations depuis l'élection.

Accessibility was not the only guarantee in the red book. We recognize that in many ways the health needs of Canadians are changing. The health system must catch up. First, we have to take a broader view of health. For example, when a child doesn't perform well in school because he or she hasn't had a warm meal or enough sleep, it's a health issue. It's one that puts an added burden on our schools, our economy, and our social service systems.

If we fail to deal with it when it first shows up as a health problem, we pay the price many times over when it shows up in our unemployment stats, our welfare rolls, and yes, even in our prisons.

That leads to the second change we're making. We're trying to deal with health problems before they become social crises. Let me give you an example.

Au Canada, une femme enceinte sur 10 présente un risque de donner naissance à un bébé de poids insuffisant à cause de problèmes de santé et de nutrition. Cette situation est la cause des deux tiers de tous les décès chez les nouveaux-nés, et ceux qui survivent risquent de souffrir de graves déficiences physiques.

The present situation worries all of us. Little by little, those services we considered as granted are becoming difficult to get. When it comes to delisting, user fees, and privatizing hospitals, the message is the same. Canadians do not want cash register medicine with or without an express line.

De partout au pays, nous vient le même message. Les Canadiens et les Canadiennes veulent que le gouvernement fédéral veille à ce qu'ils aient accès à ce dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin.

Canadians want the federal government to insure that they have the mainstays of the program, one of which is accessibility to the services. This government is committed to this guarantee. It is a major feature of the Red Book, the vision we offered Canadians during the election and our guide to our major orientations ever since.

L'accessibilité n'était pas la seule garantie dans le Livre rouge. Nous reconnaissons que les besoins des Canadiens et Canadiennes en matière de santé changent, de bien des façons. Le système de santé doit s'ajuster à cette évolution. Tout d'abord, il nous faut envisager la santé d'un point de vue global. Quand, par exemple, un enfant a des problèmes de rendement scolaire parce qu'il n'a pas eu un repas chaud, ou qu'il n'a pas suffisamment dormi, c'est un problème de santé. Et cela ajoute un fardeau à nos écoles, à notre économie et à nos systèmes de services sociaux.

Si l'on néglige le problème de santé de l'élève, notre société devra l'assumer plus tard, et le prix à payer sera beaucoup plus élevé, lorsqu'il figurera dans nos statistiques de chômage, sur listes de prestataires de l'aide sociale, voire même dans les registres de nos prisons.

Cela m'amène à aborder le deuxième changement que nous sommes en train d'opérer. Nous cherchons à nous attaquer aux problèmes de santé avant qu'ils ne se transforment en crises sociales. Je vais vous donner un exemple.

In Canada, one in 10 pregnant women is at risk because of poor health and malnutrition. In fact, low birth weight is the key factor in two-thirds of all deaths among newborns. And those who survive face serious disabilities.

[Texte]

Quels sont les coûts financiers de tels problèmes? La facture des soins médicaux immédiats peut atteindre 60 000\$ pour chacun des 21 000 bébés qui naissent chaque année avec un poids insuffisant. Les coûts ne s'arrêtent pas là. Ces enfants connaissent plus tard des problèmes de santé et de développement qui peuvent les condamner à la pauvreté toute leur vie. Il faut affronter le problème à la source, pendant la grossesse.

Nous nous attaquons à ce problème en créant un programme de nutrition prématernelle pour les femmes à faible revenu. Cela constitue un autre engagement important du Livre rouge. Le coût de ce programme est d'environ 300 à 400\$ par grossesse. Il s'agit là d'un bon investissement pour tout le monde.

We're following the same approach in our Headstart program for aboriginal families off reserve. Through nutritional counselling, physical activity and child care, we can meet needs early in the child's life, before they turn into problems. In this program parents will get a chance to lead as well as learn. The needs of the aboriginal community will be met by the aboriginal community.

The third change we're making in health is directing attention to areas that have been ignored in the past. One of the best examples of this is the whole area of women's health needs. Obviously, they're different from men's. This simple biological fact has, until now, not been taken into account often enough or thoroughly enough.

[Traduction]

What are the financial costs? The immediate medical bill can be as much as \$60,000 for each of the 21,000 low birth weight babies born every year. And the costs don't stop there. As they grow up, these children face health and developmental problems that could sentence them to a life of poverty. The best time to deal with this problem is when it starts—during pregnancy.

We're doing that by creating a prenatal nutrition program for low-income women—another important Red Book commitment. The cost? Between \$300 and \$400 per pregnancy. It's a good investment for everyone.

Nous adoptons la même approche dans notre programme d'aide préscolaire destiné aux familles autochtones. Grâce à des services de conseil en matière de nutrition, d'activité physique et de soins d'enfants, nous pouvons répondre aux besoins de l'enfant dès le début de sa vie—avant que cela n'entraîne des problèmes. Ce programme permet aux parents d'assumer des responsabilités, en plus de leur assurer une formation. Ce sont les collectivités autochtones qui assumeront leurs propres besoins.

Le troisième changement que nous effectuons au chapitre des soins de santé consiste à axer nos programmes sur des secteurs qui ont été ignorés dans le passé. L'un des meilleurs exemples d'une telle négligence touche le domaine des besoins de santé des femmes, dans son ensemble. Les femmes sont manifestement différentes des hommes. Mais jusqu'à maintenant on n'a pas suffisamment tenu compte, ou l'on n'a pas tenu compte de façon suffisamment systématique, de ce fait biologique.

• 0920

We're changing that. We're taking steps to make sure clinical studies of drugs and other treatments no longer exclude or under-represent women in their sample groups. Those who make up more than half the population will no longer be left out of research that affects their lives.

We're examining our screening activities to make sure that women's health is not put at risk in the research and evaluation of drugs, such as fertility drugs.

In fact, in everything the department does, we're taking gender into account. The linchpin of this commitment will be the centre of excellence for women's health. This initiative, another specific commitment of the red book, will be dedicated to making every program, policy, and practice in the health system more sensitive to women's specific needs.

I could go on and describe a long list of initiatives we're pursuing, but I am anxious to hear your questions and learn what's on your minds.

However, I do want to address one point. It's the National Forum on Health. Canadians face a number of challenges that will influence the kind of health care they receive in the future. There is the impact of technology, new drugs, aging, and

Nous allons changer cet état de choses. Nous prenons des mesures pour que, dans les études cliniques sur les médicaments et autres moyens de traitement, les femmes ne soient plus exclues ni sous-représentées. Les femmes, qui représentent plus de la moitié de la population, ne seront plus ignorées par des recherches qui ont une incidence sur leur vie.

Nous examinons nos activités de contrôle, pour nous assurer que la santé des femmes n'est pas mise en danger par les résultats de la recherche et des évaluations portant sur de nouveaux médicaments, comme les médicaments de fécondité.

En fait, dans toutes ses activités, le ministère tient compte des particularités des sexes. La cheville d'une telle orientation sera un Centre d'excellence pour la santé des femmes. Ce projet—qui découle d'un autre engagement du Livre rouge—vise à rendre tous les programmes, les politiques et les pratiques du système de santé plus sensibles aux besoins particuliers des femmes.

Je pourrais poursuivre et décrire une longue liste de projets que nous cherchons à mettre en oeuvre. Mais j'ai hâte d'entendre vos questions, de savoir ce que vous pensez.

Je voudrais cependant mentionner une autre question—celle du Forum national sur la santé. La société canadienne doit affronter un certain nombre de défis qui vont influencer le genre de soins de santé dont les Canadiens et Canadiennes pourront

[Text]

research priorities. There is the question of how we assess health services to put the emphasis on actual results. And, of course, there is the whole question of how we will finance the health system of the future.

These are not questions that can be left exclusively to politicians, academics, or practitioners. Everyone has to have a say. Our vision of the future will come to life only if it is shared by all Canadians and pursued by all Canadians.

Voilà pourquoi l'idée de la tenue d'un forum national sur la santé, axé sur l'élaboration d'une vision du système de santé canadien pour le XIX^e siècle, représente peut-être l'engagement le plus important de notre programme.

This will be a forum of individuals, not organizations. It will be an ongoing process, not a one-shot event. We will not have one big meeting with a lot of flares and whistles and then forget all about it.

The forum will consider how best to involve people in all provinces in all communities from all sectors of the public, taking into account existing provincial consultations. Everyone will be asked to contribute their thinking. Everyone will be asked to take responsibility for their health system.

That starts with the Prime Minister. The fact that he will be chairing the forum demonstrates the importance the government puts on this.

We have not announced details of the forum yet because we were more concerned about getting it right than getting it fast. I expect we will be announcing specifics shortly, including ongoing avenues that will allow the public to take part.

One thing the forum will not do is attempt to replace the conference of ministers of health. In fact, we think the conference of federal, provincial, and territorial ministers should be more relevant. We would like it to focus on immediate national health issues that require an integrated approach.

Le forum touchera surtout les enjeux à moyen terme et à long terme. Les discussions du forum se feront en collaboration étroite avec les gouvernements provinciaux et territoriaux.

In many ways, the health system of the 21st century is the new frontier. Through the National Forum on Health, Canadians will get a chance to be pioneers together.

Canadians are proud of our health system, and for good reason. Most Americans envy it, and most nations admire it. It is one of the best in the world. The federal government is determined that it will continue to be the best in the world, and we will play a major role in ensuring that.

Thank you. I would be delighted to take your questions.

[Translation]

bénéficier à l'avenir. L'évolution de la technologie, l'arrivée de nouveaux médicaments, la question des aînés, les priorités de la recherche. Il y a la question de la façon dont nous évaluons les services de santé d'une façon qui mette l'accent sur les résultats effectifs. Et bien sûr il y a tout le problème du financement du système de santé à l'avenir.

De telles questions ne doivent pas être examinées seulement par des politiciens, ou des universitaires, ou des praticiens. Elles intéressent tout le monde. Notre vision de l'avenir ne se concrétisera que si elle est établie de concert avec l'ensemble des Canadiens et Canadiennes, et donc partagée par l'ensemble de la population.

That is why, perhaps, the most important commitment of our program was that of a National Forum on Health to develop a vision for Canada's health system for the 21st century.

Ce forum sera une rencontre de personnes, et non d'organismes. Nous voulons mettre en branle un processus continu, et non tenir un grand colloque médiatique sans lendemain.

Nous allons déterminer comment faire appel à la participation de gens de toutes les provinces, de représentants de toutes les collectivités, de porte-parole de tous les secteurs de la population en tenant compte des consultations déjà entreprises avec les provinces. Tous seront appelés à contribuer à l'effort de réflexion commune. Tous seront appelés à assumer la responsabilité de notre système de santé collectif.

Tout le monde, à commencer par le premier ministre. Le fait qu'il présidera le Forum, montre bien l'importance que notre gouvernement accorde à ce projet.

Nous n'avons pas encore annoncé les détails concernant le Forum, parce qu'il valait mieux prendre le temps de le planifier soigneusement que de faire les choses à la hâte. Nous devrions annoncer bientôt un certain nombre d'élément, notamment les voies qui seront ouvertes de façon continue à la participation de la population.

Le Forum n'a pas été conçu pour remplacer la Conférence des ministres de la Santé. De fait, nous croyons que la Conférence des ministres fédéral, provinciaux et territoriaux de la Santé devrait être plus pertinente. Nous souhaiterions que cette Conférence soit axée sur des questions de santé nationales immédiates exigeant une démarche intégrée.

The Forum will mainly concentrate on medium and long-term issues. And we will keep provincial and territorial governments fully informed every step of the way.

À plusieurs égards, le système de santé du XXI^e siècle représente un nouveau territoire à découvrir. Le Forum national sur la santé permettra aux Canadiens et Canadiennes d'explorer ensemble ce territoire.

Les Canadiens et Canadiennes sont fiers de leur système de santé. Avec raison. Les Américains nous envient. La plupart des pays l'admirent. Il s'agit de l'un des meilleurs systèmes de santé au monde. Le gouvernement fédéral est bien déterminé à préserver cet état de choses et compte jouer un rôle important afin de nous assurer que le système demeure le meilleur au monde.

Merci beaucoup. C'est avec plaisir que je répondrai maintenant à vos questions.

[Texte]

[Traduction]

The Chairman: Thank you, Minister.

Madame Picard.

Mme Picard (Drummond): Bonjour madame la ministre. J'aimerais que vous me parliez un peu du forum national sur la santé. J'aimerais savoir concrètement comment cela va se passer. Est-ce que vous allez organiser un comité et est-ce qu'il y aura un endroit déterminé où la population ou seulement certains groupes seront invités à venir poser leurs questions?

• 0925

J'aimerais aussi savoir quels sont vraiment, concrètement, les objectifs. Est-ce que vous avez déjà prévu une date? Ce sont mes premières questions.

Mme Marleau: Comme vous le savez, et comme je l'ai dit dans mon discours, nous avons passé beaucoup de temps à nous assurer que nous allons pouvoir tous travailler ensemble et en particulier avec mes homologues au niveau provincial.

Nous avons un objectif qui vise le long terme, c'est-à-dire que nous voulons discuter du système à adopter pour l'avenir, de tous les changements auxquels nous devons faire face parce que vous savez très bien que les choses changent très vite. Nous avons toutes sortes d'idées mais il faut d'abord régler les problèmes que nous n'avions pas prévus. Nous voulons que les Canadiens sachent que nous garantissons les principes de la Loi sur la santé, qu'ils sachent qu'ils ont un gouvernement fédéral qui leur assure qu'ils auront le système de santé dont chacun a besoin.

Il y aura donc toute une série de réunions à travers le pays et la première réunion aura probablement lieu d'ici la fin juin.

Mme Picard: Est-ce que les députés auront un rôle important à jouer au forum?

Mme Marleau: Comme je vous l'ai dit dans mon discours, le forum est une réunion d'individus et nous voulons engager une discussion avec les Canadiens et les Canadiennes. Il est bien entendu que les députés seront invités à participer d'une façon ou d'une autre parce que je pense que c'est important.

Il est surtout important d'entendre ce que les Canadiens et les Canadiennes ont à dire et nous envisageons aussi de demander à certains groupes de faire des présentations.

Mme Picard: Est-ce que vous avez défini les budgets pour un tel forum? Est-ce une consultation d'une année?

Mme Marleau: Le budget est inscrit dans le Livre rouge. C'est trois millions par an, sur quatre ans.

Mme Picard: Cela fait partie des neuf millions sur trois ans, ou est-ce que ce sont des sommes..?

Mme Marleau: Oui, trois millions par an, c'est cela.

Mme Picard: D'accord. J'aimerais aussi vous poser une question sur le centre d'excellence. Actuellement, on a peu d'information concernant la création du centre d'excellence. J'aimerais vous demandez si vous ne pensez pas qu'un tel centre peut venir dédoubler et chevaucher ce qui existe actuellement, comme le Bureau de la santé des femmes, le Conseil consultatif sur les questions de la santé des femmes et le Conseil de recherche médicale du Canada?

Le président: Merci, madame la ministre.

Mrs. Picard.

Mrs. Picard: Good morning, minister. I would like to hear a bit more about the National Forum on Health. I'd like to have a clear idea of how you are going to proceed. Are you setting up a committee; will there be a specific place where the public or only important groups will be invited to come and ask their questions?

I would also like to know what your specific objectives really are. Have you already set a date? Those are my first questions.

Mrs. Marleau: As you know, and as I said in my speech, we spent a lot of time making sure we could all work together, especially with our provincial counterparts.

We have a long-term goal, in other words, we want to discuss what type of system we want to have for the future, as well as any changes we will have to face because you know full well that things change very quickly. We have all sorts of ideas, but we must first settle some unexpected problems. We want Canadians to know that we will uphold the principles of the Health Act, that they have a federal government that will ensure they have a health system that meets everyone's needs.

So there will be all sorts of meetings throughout the country, the first of which will probably be before the end of June.

Mrs. Picard: Will members of Parliament have an important role in the forum?

Mrs. Marleau: As I said in my speech, the forum will be a meeting of individuals and we want to dialogue with Canadians. Of course, members will be invited to participate in some way or another because I think that is important.

It is especially important to hear what Canadians have to say and we plan to ask some groups to make presentations as well.

Mrs. Picard: Have you formulated the budgets for such a forum? Will it be a one year consultation?

Mrs. Marleau: The budget is in the Red Book. It's \$3 million per year over four years.

Mrs. Picard: Is it part of the \$9 million over three years, or are they amounts. . .?

Mrs. Marleau: Yes, \$3 million per year, that's right.

Mrs. Picard: Fine. I would also like to ask you a question on the Centre of Excellence. There is very little information on the establishment of the Centre of Excellence. Don't you think such a centre may be a duplication or overlap of what already exists, such as the Women's Health Bureau, the Advisory Committee on Women's Health and the Medical Research Council of Canada?

[Text]

Mme Marleau: Étant une femme, je suis vraiment au courant de ce qui s'est passé et comment on nous a oubliées, essentiellement dans beaucoup de grands débats. Le centre d'excellence sur la santé des femmes doit être un complément de tout ce qui a déjà été fait, mais il faut dire qu'il y a encore beaucoup de travail à faire et c'est la raison pour laquelle on pense qu'il est absolument nécessaire que ce centre soit mis sur pied. Mais ce ne sera pas qu'un simple centre. Ce sera comme on dit, un *network of centres, a network of networks*. Alors, nous voulons être sûrs qu'il n'y aura ni chevauchement ni dédoublement. Nous sommes d'ailleurs en train de préparer les cadres de ce programme.

[Translation]

Mrs. Marleau: As a women, I am fully aware of what is going on and how we have been forgotten, especially in many of the major debates. The Centre of Excellence on Women's Health should complement everything that has already been done, but it is important to note that a lot of work remains to be done and that is why we feel the establishment of the Centre is essential. But it will not be just one single centre. It will be a "network of centres, a network of network". So we want to ensure there will be no overlapping or duplication. In fact, we are in the process of defining the program's parameters.

• 0930

Mme Picard: En ce qui concerne la santé des femmes, quelles sont vos priorités pour le centre? Quel est votre but?

Mme Marleau: Il y a beaucoup de choses qui se passent, surtout en recherche et surtout pour les médicaments. Comme vous le savez, il y a toutes sortes de questions qui affectent la santé des femmes particulièrement. Il y a aussi le problème des régions. Nous avons un grand pays avec de nombreuses régions éloignées. Il y a des problèmes très particuliers aux femmes de ces régions-là. Je souhaiterais donc que tous ces facteurs soient pris en considération lorsqu'on étudie la santé des femmes.

Mme Picard: Au niveau des ressources financières, est-ce que les sommes allouées pour la création du centre d'excellence font aussi partie des 9 millions de dollars qui ont été prévus sur trois ans?

Mme Marleau: C'est un autre budget de 3 millions de dollars par an et c'était aussi dans le Livre rouge.

Mme Picard: J'aimerais aussi que vous nous parliez un peu de la campagne anti-tabac. Je sais qu'il y a un comité qui a été mis sur pied, et qui est venu nous voir, qui va étudier la possibilité de réduire le tabagisme, pour un coût de 185 millions de dollars. J'aimerais savoir quelles sont vraiment les priorités de ce comité-là et si vous pouvez nous détailler l'utilisation des 185 millions de dollars?

Mme Marleau: Ce comité-là a, en effet, ses raisons. Le but que s'est fixé ce comité, c'est de convaincre les Canadiens qui fument d'arrêter de fumer, et de convaincre ceux qui n'ont pas encore commencé à fumer, de ne pas le faire. Le comité va participer à la campagne de promotion. Et nous pensons réfléchir avec eux sur la meilleure façon d'utiliser l'argent dont nous disposons pour le programme de prévention aussi bien que pour le programme de cessation. Et, en travaillant avec les provinces et les groupes anti-tabac, nous pourrons mieux cerner les programmes et nous assurer qu'il n'y a ni dédoublement ni chevauchement. Personnellement, je pense toujours à cela.

Le but de ce comité est aussi de se servir de tout ce qui a déjà été entrepris avec succès dans certaines parties du pays, concernant la guerre contre le tabagisme. J'espère que mon Ministère pourra aussi utiliser toute cette expertise dans la lutte anti-tabac, parce qu'il y a 38 000 Canadiens qui meurent chaque année à cause du tabac, et c'est trop. En effet, le cancer des poumons est causé par le tabagisme, et il me tient à cœur de faire reculer ce cancer en faisant passer le message.

Mrs. Picard: What are the centre's priorities on women's health? What is your goal?

Mrs. Marleau: A lot is going on, especially in the fields of research and medicine. As you know, there are all sorts of issues that affect women's health in particular. There's also the problem of outlying regions. We have a huge country with many remote areas. The women in those places have very specific problems. I would therefore like all those factors to be taken into account when studying women's health.

Mrs. Picard: With regard to the financial resources, are the amounts earmarked for the establishment of the Centre of Excellence also part of the \$9 million over three years?

Mrs. Marleau: It is another \$3 million annual budget and that was also in the Red Book.

Mrs. Picard: I would also like you to tell us a little about the anti-smoking campaign. I know a committee has been struck, and it came to see us, that will study ways to reduce smoking, at a cost of \$185 million. I would like to know what that committee's priorities really are and I would ask you to give us details of how those \$185 million will be used.

Mrs. Marleau: That committee does indeed have its purposes. The committee's goal is to convince Canadians to stop smoking and to convince those who have not yet started not to do so. The committee will be involved in the promotion campaign and we want to work with them to find the best way to use the funds available for the prevention program as well as for the quit-smoking program. Working with the provinces and anti-smoking groups will help us better define the programs and ensure there is no duplication or overlap. I always think of that.

The committee will also rely on all the successful anti-smoking initiatives taken in various parts of the country. I hope my department will also be able to use all that expertise in its anti-smoking campaign because every year 38,000 Canadians die of smoking-related illnesses and that is too many. Smoking causes lung cancer and I feel very strongly that we should fight this cancer by sending out that message.

[Texte]

Mme Picard: On a mentionné qu'ils étudiaient aussi, entre autres, la banalisation du paquet de cigarettes en créant un emballage neutre. C'est aussi une de nos priorités et nous avons entrepris une étude à ce sujet. Est-ce que vous pensez que c'est un dédoublement?

Mme Marleau: Absolument pas. Parce que le Ministère peut faire une étude de recherche qui va durer assez longtemps. Quant au Comité, il est essentiel que vous entendiez les différents groupes à travers le pays pour savoir quelles études ont été faites, et si elles sont valables ou non. Je pense que vous avez un travail énorme à faire sur ce plan.

• 0935

Nous savons qu'il y a quelques études qui ont été faites. Il y en a une qui a été faite, entre autres, par la Société canadienne du cancer, et qui nous a été communiquée au mois de janvier. Mais je pense qu'il y a beaucoup d'autres aspects à considérer et je suis certainement très heureuse de voir que le Comité a décidé de s'occuper de cette question.

The Chairman: You're out of time for the moment.

Merci, madame Picard.

I have no other names at the moment on the first round. Ms Bridgman.

Ms Bridgman (Surrey North): Thank you, Mr. Chairman. I'm delighted to have this opportunity, Madam Minister, to ask you some questions.

I'm specifically looking at page 2-58 of part III of the estimates. There's a table there. I'm also looking at page 8 of the Canada Health Act annual report. I think I'm having some difficulty understanding what's happening here.

This table is entitled "Provincial Health Care Entitlements 1992-93 to 1994-95". When you look at it, there seems to be a transfer of funds in the cash and the tax columns. The cash may go down and the tax will go up and this type of thing. The totals are relatively the same, but they tend to decrease as you advance in the total column in years.

Ms Marleau: They are actually increasing.

Ms Bridgman: Except for Saskatchewan. In the middle column, 1993-94, Saskatchewan decreased, and then in 1994-95 five of the provinces decreased. The others, you're right, are increasing. I'm wondering if that reflects population trend more than anything.

Ms Marleau: Yes. Established program financing transfers for health are based on population.

Ms Bridgman: Right. When we go over to the annual report on page 8, I read there that there's been a freeze on this.

Ms Marleau: What's the question?

Ms Bridgman: When you look at the annual report, it says that this escalation—and we see this increase occurring on this table. On February 26, 1991 this escalation of the formula for calculating would be frozen until 1994-95. I don't understand why this increase is...

[Traduction]

Mrs. Picard: One of the studies being done is on plain packaging of cigarettes. That is also one of our priorities and we have started a study on plain packaging. Do you think that is duplication?

Mrs. Marleau: Absolutely not because the department can carry out fairly lengthy research study. However, as far as the committee goes, you must hear various groups throughout the country to find out what studies have been done and whether they are worthwhile or not. I think you have a huge task ahead of you.

We are aware of a few studies that have been conducted on that aspect. There is one in particular done by the Canadian Cancer Society which sent it to us in January. But I think there are several other aspects to be considered and I am very encouraged to see that this Committee has decided to deal with the question.

Le président: Il ne vous reste plus de temps.

Thank you, Mrs. Picard.

J'ai épousé la liste de noms pour le premier tour. Madame Bridgman.

Mme Bridgman (Surrey-Nord): Merci, monsieur le président. Madame la ministre, je suis ravi d'avoir l'occasion de vous poser des questions.

Je me reporte à la page 2-67 de la partie III des prévisions budgétaires. J'y trouve un tableau mais je me reporte également à la page 8 de la version anglaise du rapport annuel sur la Loi canadienne sur la santé. J'ai du mal à comprendre ce dont il s'agit ici.

Le titre du tableau est Paiements de transfert aux provinces pour les soins de santé de 1992-1993 à 1994-1995. À première vue, il semble y avoir eu un virement entre les colonnes transfert au comptant et transfert fiscal. Quand le chiffre de la colonne transfert au comptant baisse, celui de la colonne transfert fiscal augmente. Le transfert total semble demeurer le même mais d'une année à l'autre, on constate une baisse.

Mme Marleau: À la vérité, il y a augmentation.

Mme Bridgman: Sauf pour la Saskatchewan. Dans la colonne du milieu 1993-1994, la Saskatchewan accuse une diminution par rapport à l'année précédente, mais quand on passe à la colonne 1994-1995, on constate que cinq provinces ont subi une baisse. Vous avez raison, dans les autres cas il y a augmentation. Je me demandais si cela était dû à des facteurs démographiques.

Mme Marleau: Oui. Les transferts au titre du financement des programmes établis sont, dans le cas de la santé, fonction de la population.

Mme Bridgman: Je vois. Si je me reporte à la page 8 de la version anglaise du rapport annuel, je constate qu'il y aurait eu un gel.

Mme Marleau: Quelle est votre question?

Mme Bridgman: Dans le rapport annuel, on dit que cette augmentation—d'après le tableau, il y aurait augmentation—le 26 février 1991, cette augmentation de la formule de calcul a été gelée jusqu'en 1994-1995. Je ne comprends pas pourquoi cette augmentation...

[Text]

Ms Marleau: Well, there's a freeze on the per capita, but population makes a difference. There is an increase based on an increase in population, although there's a freeze on the per capita.

Ms Bridgman: So the freeze on using the formula is still frozen until 1994-95.

Ms Marleau: Then it will be allowed to increase.

Ms Bridgman: The other thing in relation to this that I have some concerns about would be when we apply the five principles of getting the transfers from the government to the provinces. Is there a definition of what each principle actually means? Or is it a value system? We get into some differences of opinion as to what actually is accountability or universality. Are there some guidelines for people?

Ms Marleau: There are some guidelines. One of the main guidelines is of course on extra billing. There is absolutely no equivocation there. Extra billing is not allowed. The mechanism is in place. Every year the provinces must submit a detailed report before their transfers are paid out. If extra billing has been occurring within any province, the federal government has the right—and has not only the right but is mandated—to withdraw transfers dollar for dollar based on that extra billing.

A case in point is what will be happening with British Columbia, starting with the transfers in May. The previous government chose perhaps to ignore these things. I and my government and my colleagues truly believe that services have to be given to people based on needs and not based on the size of their pocketbooks. Too many times in my life have I seen the results of what happens when somebody has to pay. Those who have the money can continue to use the system, and even misuse it if they will, but often it's the people in real need who bear the brunt of it and pay the price of it.

[Translation]

Mme Marleau: Le gel vise les transferts per capita, mais le total est fonction de la population. L'augmentation s'explique du fait que la population a augmenté, même si le taux per capita est gelé.

Mme Bridgman: Autrement dit, la formule demeurera la même jusqu'en 1994-1995, n'est-ce pas?

Mme Marleau: Et à ce moment-là on pourra augmenter.

Mme Bridgman: Il y a un autre point qui m'inquiète: les cinq principes qui s'appliquent au transfert du gouvernement fédéral à celui des provinces. Existe-t-il une définition qui explique chacun des principes? S'agit-il d'un système de valeur? Les opinions ne semblent pas s'accorder quant à ce que l'on entend par reddition de compte ou universalité. Existe-t-il de lignes directrices à cet effet?

Mme Marleau: Il en existe. Une des principales lignes directrices est la surfacturation. Il n'y a pas à s'y tromper à cet égard. La surfacturation est interdite. Le mécanisme existe et chaque année les provinces doivent présenter un rapport détaillé, après quoi on leur verse les paiements de transfert. Si dans une province on a toléré la surfacturation, le gouvernement fédéral a le droit—and non seulement le droit mais l'obligation—de retenir les paiements de transfert correspondant à cette surfacturation.

Par exemple, il faudra voir ce qui se passera dans le cas de la Colombie-Britannique à partir du mois de mai. Le gouvernement précédent a sans doute choisi de fermer les yeux. Quant à moi et à mes collègues au Cabinet, nous sommes fermement convaincus qu'il faut offrir aux gens des services fondés sur leurs besoins et non pas sur l'état de leur portefeuille. Il m'est arrivé trop souvent de voir ce qui arrivait à quelqu'un qui devait payer. Ceux qui en ont les moyens peuvent continuer d'avoir recours aux services, voire d'en abuser, mais souvent ce sont les gens qui ont de véritables besoins qui en portent le poids et en font les frais.

• 0940

I am adamant that there will be no extra billing.

Ms Bridgman: So with these five principles there are some guidelines as to what is encompassed in them for eligibility. As these transfer payments seem to be gradually decreasing from a federal level and the provincial level share of this is increasing, now the lion's share of administration and funding health actually does fall to the provinces.

Ms Marleau: Well, remember, tax points are dollars and that means at some point the federal government reduced its taxation to allow provinces to fill the field. They're still very much worth dollars, so that's not a problem. It has always been known and it is still a fact that provinces administer health. They manage it within the confines of the Canada Health Act.

Ms Bridgman: I think that's the point I'm trying to get to, this management of the funds. If the federal share is decreasing and the provincial share is increasing, wouldn't it sort of be equitable to give a little more flexibility to them as to how they actually administer those funds, as they're putting more money into it?

Je n'en démorderai pas: la surfacturation ne sera pas tolérée.

Mme Bridgman: Autrement dit, ces cinq principes sont assortis de lignes directrices sur l'admissibilité. Au fur et à mesure que le gouvernement fédéral diminue graduellement ses paiements de transfert, la part du gouvernement provincial augmentant d'autant, on constate que ce sont les provinces qui doivent assumer la part du lion dans l'administration et le financement de la santé.

Mme Marleau: Eh bien, il faut se rappeler que les points fiscaux se traduisent en dollars et cela signifie qu'il arrive que le gouvernement fédéral réduise ses impôts pour permettre aux provinces de prendre la relève. Les dollars restent les mêmes, et cela ne cause pas de problème. Depuis toujours, on le sait, les provinces administrent le domaine de la santé tout en respectant les dispositions de la Loi canadienne sur la santé.

Mme Bridgman: Voilà précisément où je veux en venir: la gestion des fonds. Si la part du gouvernement fédéral diminue et que celle du gouvernement provincial augmente, ne conviendrait-il pas de donner aux provinces une plus grande marge de manœuvre pour gérer ces fonds, puisqu'elles y contribuent?

[Texte]

[Traduction]

Ms Marleau: They have a lot of flexibility now, but there are certain principles that we hold dear and that we know from having spoken to Canadians they hold dear. It's important they be reassured that yes, there will flexibility, but it will have to be within the confines of this umbrella, which is meant to protect those who most need protecting.

Ms Bridgman: Okay, thank you very much.

Mr. Szabo (Mississauga South): Welcome, Minister, it's good to see you. I can tell you we've all been anxious to have you come before us because of the importance of health care to all of us.

We have a health care system that I believe needs some direct and immediate and emergent attention. I think our health care system has to go to the hospital. We have a funding anomaly in health care vis-à-vis business finances, and let me explain.

Hospitals operate under global budgets and their funding—once they establish a global base they get increases based on the provincial ministries of health, and they continue on. We've had situations where ministries of health would prepay one month's funding simply to park some money at the end of their fiscal year, which is a wonderful game that governments play from time to time. Notwithstanding the games they've been playing, they continue to have increased incidence of bed closures. To balance their budgets they close beds, they reduce average length of stay, and they will withdraw services, etc. You have to say to yourself, notwithstanding who is providing the money, there is only one taxpayer. That's what the bottom line is.

I don't think I'm insensitive to whether the federal government is putting in 17% or 24% or whether tax points count for the equivalent of transfer payments. The fact of the matter is we have an aging population, we have some very serious focused health care issues, and we're not going to be able to deliver. If we have a national health care forum that simply goes around and consults with Canadians, they're going to tell you exactly what you heard in Edmonton, I think. They're going to tell you they're concerned about whether this is going to happen, and Canadians probably should be concerned.

Mme Marleau: Les provinces ont toute latitude de le faire actuellement, mais il est certains principes qui nous tiennent fort à cœur, à nous et aux Canadiens, pour leur en avoir parlé. Il est important de bien signaler, qu'effectivement, il y a place à une marge de manœuvre, mais cela sans compromettre une certaine protection, une protection qui vise ceux qui en ont le plus besoin.

Mme Bridgman: D'accord, merci beaucoup.

M. Szabo (Mississauga-Sud): Bienvenue, madame la ministre. C'est bon de vous voir. Permettez-moi de vous dire que nous étions impatients de vous accueillir étant donné l'importance que revêtent les soins de santé pour nous tous.

Notre régime de soins de santé, à mon avis, a grandement besoin qu'on lui applique immédiatement, et d'urgence, des mesures concrètes. À mon avis notre régime de soins de santé doit être hospitalisé. Il existe une anomalie de financement dans ce régime du point de vue de la gestion des finances, et je m'explique.

Les hôpitaux disposent de budgets globaux et leur financement... une fois qu'une assiette globale est fixée, les hôpitaux obtiennent des augmentations auprès des ministères provinciaux de la santé, et ainsi de suite. On a vu des cas où les ministères de la santé versaient des sommes un mois d'avance, tout simplement pour trouver où caser certaines sommes à la fin de l'exercice financier. Voilà le genre de petits jeux intéressants auxquels les gouvernements s'adorent de temps à autre. Malgré tout, on constate que l'on supprime de plus en plus de lits. Pour équilibrer les budgets, on supprime des lits, on réduit la durée des séjours en hôpital, et on supprime des services notamment. quelle que soit la source de l'argent, il faut bien se dire qu'elle se résume à un seul contribuable, c'est tout.

Notez que je n'oublie pas que le gouvernement fédéral verse une contribution de 17 p. 100 ou 24 p. 100 et je sais bien que les points d'impôt ont une équivalence en paiements de transfert. Le fait est que notre population vieillit, que nous sommes confrontés à de très graves problèmes de santé et que nous ne pourrons pas répondre aux demandes de service. Lors du forum national sur les soins de santé, les Canadiens que nous consulterons diront, quant à eux, exactement ce que vous avez entendu à Edmonton, je pense. Ils vont vous dire qu'ils craignent fort que nous en arrivions là, et que les Canadiens sont probablement en droit de s'inquiéter.

• 0945

I think we have to step up—and I hope you comment on this—the efforts to work together with the provincial counterparts as one. Right now, there's a lot of levering going on. We've had the situations recently with the extra billing and now the jockeying for position and levering. I don't think Canadians are really going to tolerate for very long this kind of jockeying for position and leveraging between the federal and provincial governments.

Health care issues are issues related to one taxpayer regardless of how many jurisdictions. How are we going to get all of the parties to start to realize the sense of urgency that I feel? What kind of timeframe are we going to be able to work

J'aimerais que vous nous donniez votre réaction car, à mon avis, il faut redoubler d'efforts afin de travailler de concert avec nos homologues provinciaux. Actuellement, chacun tire la couverture de son côté. On a vu ce qui s'est passé récemment dans le cas de la surfacturation et voilà que maintenant les manœuvres et les bousculades reprennent. À mon avis les Canadiens ne toléreront pas que le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux s'adonnent encore longtemps à ce genre de manœuvres et de bousculades.

Les questions de santé sont des questions qui font intervenir un seul contribuable, quelque soit le nombre de niveaux. Comment faire pour que toutes les parties concernées commencent à mesurer l'urgence de la situation comme je le

[Text]

towards to make sure, as we move into this period of an aging population, that this is taken seriously? We can't afford the time to play games with provinces. You know, as an aside, some three-quarters of health care costs are incurred in the last three to five years of your life. Can we do something about that?

Ms Marleau: I'll address the last thing you mentioned first, working with the provinces. I've always felt, especially when I was a member of the opposition and I sat in this room, that there was too much jockeying for position between federal and provincial and this is mine and this is yours and let's play our little games. I've often felt that we forgot who paid the price in the end and who we were here to represent.

One of the first things I wanted to do when I first became the Minister of Health was to establish a very good working relationship with provinces. I'm happy to say that I have established that. I have been meeting with provincial health ministers across the country. We are all in agreement that we're going to work together to help each other out.

Now let me start by saying, yes, there are many concerns with what the provinces are doing at different times, but there are also many successes. Saskatchewan, for one, has done some very dramatic things, but they have done some good things as well in maintaining care to their people as they renew the system they have. Nova Scotia is doing some very good things as well. Newfoundland—there are many, many good initiatives going on across the country in different provinces.

I think it's very important that we, at the federal level, with the cooperation of the provincial ministers of health, highlight some of these very good achievements so that we can allay the fears of Canadians and say to them, we are not trying to deny you services; we're trying to do more with the dollars we have; we're trying to face the realities of what is happening now.

You talk of bed closures. Yes, there are beds closing a little bit all over the place and it is sometimes difficult to accept that, but remember how we do medicine differently now. Remember how, even five years ago, a gall bladder operation, and there are many performed every day in this country, necessitated at least a stay of five to seven days in the hospital. It isn't that many years ago that that's what happened. Today, the vast majority of gall bladder surgery is done on a one-day basis. Most of the time there isn't even the need for a hospital bed. Some of the physicians here will tell you that. These are some of the remarkable advances that have occurred. There are many other ways that hospitals cut down on the need for beds.

There will always be a need for acute care beds, but I think the better use of these beds is what we're all aiming to achieve. That's often what is happening in some of the regions of the country.

[Translation]

fais moi-même? Dans quelle limite de temps allons-nous réussir à faire en sorte que ces questions soient prises au sérieux, puisque nous sommes déjà à l'ère d'une population vieillissante? Nous ne pouvons pas nous permettre de continuer ce même genre de manœuvres avec les provinces. J'ajoute, en passant, que les trois quarts des soins de santé sont nécessaires au cours des derniers trois à cinq ans de vie. Pouvons-nous y voir?

Mme Marleau: Je vais commencer par le dernier élément de votre question, la collaboration avec les provinces. Depuis toujours j'estime, et c'était encore plus vrai quand j'étais dans l'opposition, dans cette même salle, qu'il y a trop de manœuvres entre le gouvernement fédéral et les provinces, pour démêler le tien du mien, pour faire des tours de passe-passe. Je me suis souvent dit qu'on oubliait qui payait la note au bout du compte et qui nous représentions ici.

Quand on m'a confié le ministère de la Santé, j'ai voulu en tout premier lieu établir de très bons rapports de travail avec les provinces. Je suis ravie de pouvoir vous dire que c'est fait. J'ai rencontré tous les ministres provinciaux et nous sommes tous convenus qu'il nous faut travailler ensemble, nous entraider.

Néanmoins, je vous dirai qu'effectivement, ce que font les provinces de loin en loin a de quoi être vivement inquiétant mais, par ailleurs, dans certains cas il y a de quoi se féliciter. La Saskatchewan, par exemple, a fait des choses déplorables mais aussi des choses tout à fait louables et elle a maintenu les services nécessaires au cours de la rénovation de son régime. En Nouvelle-Écosse, on fait aussi des choses tout à fait remarquable. À Terre-Neuve—dans diverses provinces, d'un bout à l'autre du pays, on remarque des initiatives tout à fait valables.

À mon avis il est très important que le ministre fédéral, de même que les ministres provinciaux, mettent à l'honneur certaines de ces réalisations tout à fait remarquables afin d'apaiser les craintes des Canadiens, afin qu'ils soient convaincus qu'on est pas en train d'essayer de supprimer des services. Nous tâchons de faire davantage avec l'argent dont nous disposons. Nous tentons d'être réalistes face à la situation.

Vous avez parlé de la suppression des lits. Effectivement, un peu partout on constate que des lits sont supprimés et c'est parfois difficile à accepter. Rappelez-vous toutefois que l'on pratique une médecine différente de nos jours. Vous vous souvenez qu'il y a encore cinq ans, une opération de la vésicule biliaire, qui est tout à fait courante au Canada, exigeait un séjour d'au moins cinq à sept jours à l'hôpital. Il n'y a pas encore très longtemps, c'est ce qu'il fallait. Aujourd'hui, la vaste majorité des chirurgies de la vésicule biliaire se fait en une journée. La plupart du temps, on n'a même pas besoin d'utiliser un lit d'hôpital. Ceux qui sont médecins ici vous le diront. Il y a donc eu des progrès formidables et il y a beaucoup d'autres façons pour les hôpitaux de réduire le besoin en lits.

Il faudra toujours des lits pour les soins actifs, mais je pense que nous avons tous le soucis que ces lits soient utilisés de la façon la plus judicieuse. C'est souvent ce que l'on constate dans certaines régions.

[Texte]

You talk about funding. We spend almost 10% of our gross domestic product on health. We know the Americans spend approximately 15%. We know their health care system is not what ours is. We know they are trying to move towards what we have with a great deal of difficulty.

[Traduction]

Vous avez parlé du financement. Nous consacrons près de 10 p. 100 de notre produit intérieur brut à la santé. Nous savons que les Américains, quant à eux, dépensent environ 15 p. 100 pour la même chose. Nous savons que leur régime de soins de santé ne vaut pas le nôtre et que c'est à grand peine qu'ils essaient de s'acheminer vers le niveau que nous avons atteint.

• 0950

The answer is not spending more money. You must use the dollars that you have more effectively. I think that's what we have to realize and work towards. There are jurisdictions that spend less of their gross domestic product on health and they have the same outcome as we have.

So we have to look at the way they do things as well, but we have to develop things for our own people, not just look at what others are doing. We have to move forward, based on what we've done in the past. I'm certainly hoping that the forum will contribute to that.

But there are other areas where we can look to improve what we're doing. We can look to health promotion and prevention. It's all well and good to have a very high-tech health care system, but it might be better for us to intervene before we need that.

I mentioned the pre-natal nutrition program. These women who are at risk of delivering low birth weight babies in essence get the kind of nutrition and supplements that they need so that their child is not born at risk and therefore saves a lot of money. We need to look at doing more of those things. I think that's one of the things.

We also have to do an evaluation of health practices in terms of efficiency and effectiveness. Too often a new process comes out and it becomes sort of the thing to do. We have to decide: is this the best way to spend our dollars? Is it as effective as it purports to be? Or is it just the new, in thing?

We also have to look at new health human resource strategies. You often hear of nurse practitioners, way up in the north where they can't get physicians. The strange thing is that nurse practitioners up there are allowed to do all kinds of things in an emergency. They treat people literally. But when you get a nurse in a hospital, with all the back-up, all the equipment, all the medical personnel behind her, oftentimes she's not able to do that. So we have to look at better usage of those resources.

We also have to look at drugs, reducing the cost of drugs. These are really broad issues and they're serious issues. But these are things that we can do. For instance, in terms of prescription drugs, we know that there has been a tremendous increase in the amount of prescriptions given out and the amount of drugs people are taking. I think over the last four years it's 8% or 9% on average. That's a high increase in the usage of drugs.

So we have to do more thinking in terms of whether we are always using the tools that we have as effectively as we should be.

La solution n'est pas de dépenser davantage mais d'utiliser plus efficacement les sommes dont nous disposons. Voilà ce qu'il faut bien comprendre et tenter de réaliser il y a des endroits où la proportion du produit intérieur brut consacré à la santé est moindre que chez nous et le résultat est le même.

Il faut donc s'inspirer de ce qui se fait dans ces pays-là, mais il nous faut aussi penser aux besoins de la population, ne pas se contenter de copier les autres. Il faut donc progresser, forts de ce que nous avons accompli par le passé. J'espère que la tenue du forum va nous aider dans ce sens-là.

Il y a toutefois d'autres façons d'améliorer les choses. On songe à la promotion de la santé et à la prévention. C'est bien beau d'avoir un régime de soins de santé à la fine pointe de la technologie, mais il est peut-être plus avantageux d'intervenir avant d'avoir à s'en servir.

J'ai parlé du programme de nutrition prénatale. Les femmes qui risquent de donner naissance à des enfants de faible poids peuvent obtenir les éléments nutritifs et les suppléments de vitamines pour que leur enfant naîsse sain, et par conséquent cela permettra d'épargner de l'argent. Il nous faut d'autres mesures de ce genre-là. C'est un exemple.

Par ailleurs, il faut évaluer les pratiques du point de vue de l'efficacité et de l'efficience. Il arrive trop souvent que le dernier procédé sorti devienne rapidement en vogue. Il faut prendre une décision judicieuse quant à la façon dont nous dépensons notre argent. Il faut se demander si le dernier truc donne bien les résultats prétendus.

Il faut aussi trouver de nouvelles stratégies pour le personnel de santé. On entend souvent parler des infirmières praticiennes qui travaillent dans le Nord, où il est difficile d'attirer des médecins. Il est singulier de constater que ces infirmières praticiennes ont le droit de procéder à toutes sortes d'actes médicaux en cas d'urgence. Elles soignent les gens ni plus ni moins. Dans un hôpital, avec tout l'appareillage, tout le matériel, et tout l'appui du personnel médical, on prétend qu'une infirmière ne peut pas en faire autant. Il faut donc revoir l'usage que l'on fait de ces ressources.

Il faut en outre réduire le coût des médicaments. Tous ces sujets sont lourds d'incidences et de conséquences. Toutefois, nous pouvons faire quelque chose. Par exemple, pour ce qui est des médicaments prescrits sur ordonnance, nous avons pu constater une augmentation spectaculaire du nombre des ordonnances et de la quantité des médicaments absorbés par les gens. Je pense que l'augmentation a été en moyenne de 8 p. 100 ou 9 p. 100 au cours des quatre dernières années. C'est une augmentation énorme.

En résumé, il faut se demander si nous avons toujours utilisé avec la plus grande efficacité les outils mis à notre disposition.

[Text]

Yes, the aging population is a concern to all of us. It's a concern to me; I'm aging myself, and we're all in that business.

Mr. Szabo: Nicely.

Ms Marleau: It is a concern. Lifestyle, better prevention, looking after yourself, these are all important. Most people age very well and they live very productive lives. I think we have to encourage them to have a healthy lifestyle, because it will help us all in the end.

I don't know if I've addressed all of your questions, but—

The Chairman: That's plenty for now. Thank you very much, and may the love affair continue.

Monsieur de Savoie.

M. de Savoie (Portneuf): Merci, monsieur le président.

Madame la ministre, j'ai eu le plaisir de constater, alors que vous étiez dans l'Opposition, que vous avez posé d'excellentes questions et, en particulier le 9 mars 1992 devant la Chambre des communes, sur le projet de loi C-60 vous disiez:

Année après année, le gouvernement s'en prend aux paiements de transfert.

Et vous rajoutiez:

Toutes ces compressions et tous ces gels se traduisent par des pertes de milliards de dollars pour les provinces. [...] La réduction des transferts dans ce domaine n'a pas contribué à une meilleure gestion de notre système de santé. [...] On a l'impression que le gouvernement fédéral se dérobe peut-être devant ses responsabilités dans ce domaine.

Non seulement vous parliez pour le passé mais vous faisiez oeuvre de prophète.

• 0955

Dans votre budget de dépenses de l'exercice 1994-1995, vous indiquez que les contributions au financement des programmes établis seront de 6 milliards 700 millions alors qu'elles étaient de 7 milliards l'an dernier, ce qui fait une coupure de tout près de 5 p. 100, madame la ministre. Je veux bien croire que les sacro-saints principes de la Loi canadienne sur la santé sont importants mais à ce rythme-là, il arrivera bientôt que le gouvernement fédéral ne contribuera plus aux paiements de financement vers les provinces et que les provinces devront tout absorber par elles-mêmes. Cette année déjà, madame la ministre, dans mon rapport d'impôt provincial, je contribue au fonds de santé, alors que de l'autre côté, je n'ai pas vu de diminution de mes impôts fédéraux.

Actuellement, je considère être taxé des deux côtés et je considère qu'il y a un détournement de fonds de la part du fédéral et que c'est maintenant le provincial qui doit venir puiser dans mes poches pour compenser ce manque à gagner.

Madame la ministre, je ne doute pas de vos bonnes intentions mais pourriez-vous me dire qui, dans votre ministère ou dans votre gouvernement, se démet de ces principes que vous énonciez le 9 mars 1992?

[Translation]

Il est vrai que le vieillissement de la population nous préoccupe tous. Cela me préoccupe moi-même car je ne rajeunis pas, et nous sommes tous logés à la même enseigne.

M. Szabo: Vous vieillissez gracieusement.

Mme Marleau: C'est donc inquiétant. Les habitudes de vie, une meilleure prophylaxie, de meilleurs soins personnels, tous ces éléments sont importants. La plupart des gens vieillissent très bien et mènent des vies bien remplies. Je pense qu'il faut encourager un mode de vie sain, car tout le monde en profite au total.

Je ne sais pas si j'ai répondu à toutes vos questions mais . . .

Le président: C'est amplement suffisant pour l'instant. Merci beaucoup et j'espère que la bonne entente ne sera pas rompue.

Mr. de Savoie.

Mr. de Savoie (Portneuf): Thank you, Mr. Chairman.

Madam Minister, I was pleased to see that, when you were in opposition, you were asking excellent questions and, in particular, on March 9, 1992 in the House of Commons on the subject of Bill C-60. I quote:

Always we see s constant cutback. Year after year after year we see it happening.

And you added, and I quote:

The impact of these cuts and these freezes results in total losses to the provinces in the billions of dollars range. (...) Cutting back on the transfers in these areas have not contributed to better management of our health care system. (...) There is a feeling that perhaps the federal government is letting go of its responsibilities in this matter.

You seemed to have been kind of prophetic in saying that since it was valid not only for the past but as well for the future.

In your Estimates for the 1994-95 fiscal year, there is a figure of \$6.7 billion for Established Program Financing. Last year, the figure for this item was seven billion dollars. Thus, Minister, there has been a cut of close to five percent. While I am prepared to believe that the sacro-saint principles of the Canada Health Act are important, at this rate, the federal government will no longer be contributing to EPF payments to the provinces, and the provinces will have to pay the full cost themselves. Already this year, Minister, I find myself contributing to the health fund on my provincial income tax return. However, I have not seen a corresponding reduction in my federal taxes.

At the moment, I feel I'm being taxed by both sides, and I think the federal government is misappropriating funds, and now the provincial government has to boost my taxes to offset its shortfall.

I have no doubt about your good intentions, Minister, but could you please tell me who in your department or in your government is abandoning the principles you stated on March 9, 1992?

[Texte]

[Traduction]

Mme Marleau: Mais permettez-moi de vous dire maintenant que les paiements de transferts en matière de santé n'ont pas été coupés et c'est peut-être la bonne nouvelle du budget qu'on vient d'annoncer. Le budget de 1994 garantit la stabilité du financement fédéral dans le secteur de la santé. À compter de 1995-1996, il y aura même un peu d'augmentation dans les paiements de transfert dans le secteur de la santé. C'est mon domaine et j'y tiens.

Il faut dire cependant qu'on ne peut pas continuer à augmenter les montants parce qu'on ne les a pas. Mais parce qu'on tient à notre système de santé, on a envoyé un message de stabilité en ne coupant pas les paiements de transfert pour la santé. Si vous y regardez d'un peu plus près, vous verrez qu'il y a un accroissement entre les points d'impôt et le montant en dollars.

M. de Savoye: Madame la ministre, j'espère que vous nous fournirez par écrit une ventilation de ces chiffres parce que ce n'est effectivement pas évident de retracer tout cela dans votre documentation.

Ceci dit, madame la ministre, j'aimerais vous parler des services de santé non assurés. Dans les services de santé non assurés, il y a un coût de 508 millions de dollars, et cela fait beaucoup d'argent. Nous avons eu le plaisir de rencontrer le vérificateur général récemment. Il a mentionné qu'au niveau de sa vérification, il lui avait été très difficile d'obtenir une ventilation adéquate des chiffres et une vérification de l'adéquation de ces paiements, de ces déboursés.

Il a mentionné d'autre part, que pour l'année qui vient, votre ministère avait pris des dispositions en vue d'améliorer la présentation comptable. Mais il nous a dit aussi qu'il n'était pas du tout sûr que ces montants seraient dépensés d'une façon adéquate puisqu'il n'y a pas d'objectif pour la dépense de ces montants. Il m'a suggéré de vous poser une question à ce sujet et c'est la question que je vous pose.

Quant à ces 508 millions de dollars—et c'est beaucoup d'argent—, est-ce que vous avez l'intention d'expliquer à la Chambre et à la population quels sont vos objectifs concernant ce type de dépenses?

Ms Marleau: The non-insured health benefit program is derived from a 15-year-old Indian health policy, which acknowledges the special relationship between Indian people and the federal government and flows from constitutional and statutory provisions in customary practice.

We want to continue working in partnership with First Nations on decisions about issues that affect them.

A number of accounting and coding practices have been introduced to enable better financial planning, forecasting, and reporting.

The population of aboriginal peoples has the highest proportion of young people. They have the worst level of health of any group in our society. As a result, there are very real expenditures that have to be made for these people.

Mrs. Marleau: Let me start by telling you that the transfer payments for health have not been reduced. That may be the good news in our 1994 budget. It guarantees stable federal funding for the health sector. Beginning in 1995-96, there will in fact be a slight increase in transfer payments for health. This is my field, and it is very important to me.

However, we must also realize that we cannot continue to increase our payments, because we simply don't have the money to do so. However, since our health care system is vital to us, we have sent out a message of stability by not cutting transfer payments for health. If you look at this a little more closely, you will see that there has been an increase between the tax points and the dollar amounts.

Mr. de Savoye: I hope you will give a written breakdown on these figures, Minister, because it is not an easy matter to determine such facts from the documentation you have provided.

Now, Minister, I would like to turn to non-insured health services. There is a figure of 508 million dollars for this item. That is a lot of money. We recently had an opportunity to meet with the Auditor General, who said that he had found it very difficult to get a proper breakdown of the figures and information about these payments when he was doing his audit.

He also mentioned that for next year, your department had taken steps to improve the way in which it presents its figures. However, he also told us that he was not at all certain that these amounts would be spent appropriately, because there is no objective stated for the expenditure of these sums. He suggested I ask you a question on this matter, and that is what I come to now.

Do you intend to explain to the House and to the Canadian public what the objective of this expenditure of 508 million dollars is—because, as I said, this is a lot of money.

Mme Marleau: Les services de santé non assurés c'est un programme qui découle d'une politique concernant la santé des autochtones qui existe depuis 15 ans. Cette politique reconnaît le rapport spécial qui existe entre les autochtones et le gouvernement fédéral, et qui découle des dispositions de la constitution et de différentes lois.

Nous voulons continuer à travailler en partenariat avec les Premières nations au sujet des décisions sur des questions qui les touchent.

On a mis en place un certain nombre de pratiques de comptabilité et de codage pour nous permettre d'avoir un meilleur système de planification financière, de prévisions et de rapports.

C'est chez les autochtones que la proportion des jeunes est la plus élevée. C'est également le groupe qui a le pire état de santé de notre société. Par conséquent, il faut engager des dépenses très importantes pour ces personnes.

[Text]

[Translation]

• 1000

We are working with them as much as possible to coordinate the spending of these dollars and make sure they are spent effectively. I truly believe that only by involving the First Nations themselves can we better manage the system.

When I lived in the north—I come from Sudbury, and I still go there occasionally—it always bothered me when some government, either in Toronto or elsewhere, sent experts to tell us how to do things.

I was on municipal council for many years in Sudbury and it was only when we, as residents of Sudbury, took responsibility for our future and actions that we had any real success. We knew what our problems were and what was going on in our community. I am adamant that it is best for the aboriginal population to deal with its health concerns.

We and the ministry are working with aboriginal peoples to move ahead in these areas because I truly believe it is one way they will be able to address their health concerns.

M. de Savoye: Combien de temps me reste-t-il, monsieur le président?

The Chairman: You are over your time. Thank you. On the second round, Dr. Martin.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): You said health care of all Canadians is the number one priority. Very briefly, what is the number one determining factor in smoking and youth?

Ms Marleau: You know as well as I do there is no single determining factor in smoking and youth. There are many determining factors in smoking and youth. We have to address all of them to prevent young people from taking up the habit in the first place and to convince them to quit once they have started.

I am very interested in preventing young people from taking up smoking, but we have to work with all the experts. We have to do as many of the studies as possible to target the kinds of things that cause young people to rebel and take up smoking. There are many very different causes. Some of it is peer pressure; some of it is just plain having parents who smoke in the home; some of it could be advertising pressures. There are many pressures that cause them to smoke.

Mr. Martin: The number one determining factor, as we both know, is cost and youth. Bringing down the cost of cigarettes in this country was the single most important negative determining factor in health care, bar none, in the last 20 years. Since that is so, what will this government and your department do to bring those costs back to where they were? If you are going to do it, when are you going to do it?

Ms Marleau: Remember, contraband cigarettes were contributing to the low cost of cigarettes available to most young people across the country.

Nous collaborons avec elles autant que possible pour coordonner l'utilisation de ces fonds et nous assurer qu'ils servent à bon escient. Je crois sincèrement que ce n'est qu'en permettant aux Premières Nations de participer que nous pourrons mieux gérer le système.

Quand je vivais dans le Nord—je viens de Sudbury, et y retourne à l'occasion—cela m'ennuyait toujours quand un palier de gouvernement, soit à Toronto ou ailleurs, nous envoyait des experts pour nous dire comment faire.

J'ai fait partie du conseil municipal pendant des années à Sudbury et ce n'est que lorsque nous, résidents de Sudbury, avons pris en main notre avenir et avons agi que nous avons obtenu de véritables résultats. Nous connaissons la nature de nos problèmes et ce qui se passait dans notre collectivité. Je suis convaincu qu'il est dans l'intérêt de la population autochtone de s'occuper de ses questions de santé.

Avec le ministère, nous travaillons avec les peuples autochtones pour progresser dans ces domaines, parce que je crois vraiment que c'est la façon qui leur permettra de s'occuper de ces questions de santé.

Mr. de Savoye: How long do I have, Mr. Chairman?

Le président: Vous n'avez plus de temps. Merci. Pour le deuxième tour, Monsieur Martin

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Vous dites que les services de santé pour tous les Canadiens sont notre grande priorité. Très brièvement, quel est le facteur déterminant dans le dossier du tabagisme chez les jeunes?

Mme Marleau: Vous savez bien comme moi qu'il n'y a pas de grand facteur déterminant dans cette question du tabagisme et des jeunes. Il existe de nombreux facteurs déterminants qui font que les jeunes fument. Nous devons tenir compte de tous ces facteurs pour éviter que les jeunes commencent à fumer ou pour les convaincre d'y renoncer une fois qu'ils l'ont fait.

Je tiens beaucoup à ce qu'on arrive à dissuader les jeunes de fumer, mais il faut travailler de concert avec tous les experts. Nous devons faire autant d'études que possible pour cerner les causes qui font que les jeunes se rebellent et commencent à fumer. Cela peut dépendre d'un très grand nombre de raisons. C'est peut-être la pression des pairs; dans certains cas c'est tout simplement le fait que les parents fument à la maison; dans d'autres, c'est le résultat de la publicité. Ce sont là autant d'incitations à fumer.

Mr. Martin: Le grand facteur déterminant, comme nous le savons tous les deux, c'est le coût et le fait d'être jeune. La réduction du prix des cigarettes a été le plus grand facteur négatif pour la santé, sans aucune exception, au cours des 20 dernières années. Cela étant, que fera le gouvernement et le ministère pour ramener le prix à ce qu'il était autrefois? Si vous avez l'intention de le faire, comment vous y prendrez-vous?

Mme Marleau: N'oubliez pas que la contrebande de cigarettes a contribué à l'abaissement du prix de ce produit et l'a rendu abordable à la plupart des jeunes dans tout le pays.

[Texte]

I happen to know there were contraband cigarettes available everywhere in Ontario, Quebec, and many of the Atlantic provinces. I know for a fact that was true. But I didn't know the extent of the availability of contraband cigarettes and whether it was as high in the rest of the country as it was in Ontario and in my own riding, by the way. I knew they had been readily available to young people at a very low cost for at least two to three years. That, sir, was not helping our fight against smoking. Young people were taking up smoking at alarmingly high rates because those cigarettes were available.

When I travelled to Saskatchewan three weeks ago, I met an auditorium full of high school students. We talked about smoking. We talked about ads and effective advertising. I asked them what they thought we should do and how we could convince them not to smoke. While I was with that group, and there were about 400—I didn't count them, but it was an auditorium full—I asked whether cheap cigarettes were readily available there. Had they been available for a long time, or was it just a recent phenomenon? One student stood up and said cheap contraband cigarettes had been available in Saskatchewan for three years. As I looked across the room, en masse the students said yes, yes, yes. As a matter of fact they told me that in Saskatchewan, even though the federal government had lowered its taxes, they were still buying contraband cigarettes because they were cheaper than the ones at the store. So that was contributing very much to smoking among young people.

[Traduction]

Je sais qu'on pouvait trouver des cigarettes de contrebande partout en Ontario, au Québec, et dans de nombreuses provinces de l'Atlantique. Je sais pertinemment que c'est vrai. Je ne sais cependant pas jusqu'à quel point il était facile de se procurer de ces cigarettes ni si la contrebande était aussi florissante dans le reste du pays qu'elle l'était en Ontario et même dans ma propre circonscription. Je sais que les jeunes pouvaient s'en procurer facilement à un prix très abordable depuis au moins deux ou trois ans. Notre lutte contre le tabagisme, monsieur, ne s'en trouvait pas facilitée. Le nombre de jeunes qui commençaient à fumer parce que les cigarettes étaient si peu chères était tout à fait alarmant.

Je suis allée en Saskatchewan il y a trois semaines et je me suis adressée à un auditorium plein de jeunes du secondaire. Nous avons parlé du tabagisme. Je leur ai parlé de la publicité et de son efficacité. Je leur ai demandé ce qu'à leur avis nous devrions faire et comment nous pourrions les convaincre de ne pas fumer. Pendant que je m'entretenais avec eux, ils étaient environ 400—je ne les ai pas comptés, mais l'auditorium était bondé—j'ai demandé si l'on pouvait déjà se procurer là-bas des cigarettes à bon prix. Si on pouvait s'en procurer ainsi depuis longtemps, ou si c'était assez récent? Quelqu'un s'est levé et a dit qu'on pouvait acheter des cigarettes de contrebande en Saskatchewan depuis trois ans. J'observais la salle et je pouvais voir qu'une foule d'étudiants le confirmaient. En fait, ils m'ont dit qu'en Saskatchewan, même si le gouvernement fédéral avait réduit les taxes sur le tabac, on continuait d'acheter des cigarettes de contrebande parce qu'elles étaient moins chères que celles qu'on vend légalement. Cette situation contribue donc grandement au tabagisme chez les jeunes.

• 1005

By cutting contraband, by reducing the availability of cheap cigarettes in the contraband market, and by enforcing the age requirement, which we're determined to do and we have already started—we are hiring more officers, we're working with the provinces, and we are determined to make it more difficult for young people to access cigarettes. We know that there will always be some, but we are determined to make it much more difficult. We are determined to convince all corner store operators, all people who sell cigarettes, to refuse to sell cigarettes to young people, no matter whether they have a note from their mother or their father or whatever. I think that will help. It may not be the whole answer.

There is no perfection on this one. All we can do is keep working at it, and, by golly, I'm going to keep working at it.

Mr. Martin: Minister, now we have legislated cheap cigarettes. In the first part of your statement you said:

I will use funds sparingly—and only once I am convinced that our anti-tobacco messages can influence the behaviour of our target groups.

En réduisant la contrebande, en réduisant l'accès au marché des cigarettes à bon prix, en veillant à l'application de la règle concernant l'âge minimum requis pour acheter des produits du tabac, ce que nous avons bien l'intention de faire et avons du reste déjà commencé—nous embauchons davantage d'agents, nous collaborons avec les provinces, et nous sommes résolus à multiplier les obstacles de manière que les jeunes aient moins accès aux produits du tabac. Nous savons qu'il sera toujours possible de s'en procurer, mais nous sommes bien décidés à leur compliquer la tâche. Nous sommes décidés à convaincre tous les exploitants de dépanneurs, tous ceux qui vendent des cigarettes, de refuser d'en vendre aux jeunes, qu'ils aient ou non un billet signé de leur mère ou de leur père ou de qui que ce soit. Je pense que cela nous aidera. Ce n'est quand même peut-être pas la solution parfaite.

La perfection n'est pas de ce monde. Tout ce que nous pouvons faire, c'est de continuer à y travailler, et, croyez-moi, je vais continuer de le faire.

M. Martin: Madame la ministre, nous avons maintenant légalisé la vente de cigarettes à faible prix. Dans la première partie de votre déclaration vous dites:

Je vais utiliser les fonds parcimonieusement—et seulement quand je serai convaincue que nos messages contre le tabagisme peuvent modifier le comportement des groupes cibles.

[Text]

Yet you are prepared to ask cigarette firms to spend \$30 million and lose over 400 jobs in this area when there is no proof, by your own admission, that plain packaging actually works to decrease consumption.

You have already decided that you would put through plain packaging. You are already studying it at the health department. Why are we doing this? Why are you doing this when there is no proof? How can you ask cigarette companies to do this? I have no love for cigarette companies, because I hate cigarette smoking and will do anything in my power to decrease consumption in this country, but you cannot ask cigarette companies to plain package and spend \$30 million to cope with that when there is no proof it works.

I would also like to know how objective can this committee be when you have already decided to do that and when the majority of the people who sit on this committee are from your party. Perhaps you can explain that, Minister.

Ms Marleau: First of all, the Canadian Cancer Society issued a report in January. Their study indicated that plain packaging would be one deterrent for young people—one of many. We need to work on every front in that area. You're right, we don't have a lot of studies that will determine whether plain packaging will actually work the way we think it will work. I happen to believe it will work. That's why I have asked my department to do a major market research study, because we need to have that proof.

Meanwhile, I'm very pleased that the committee has decided to study it. They have to also look at what is out there, what are the effects of plain packaging. That is why there is a committee, and I am very pleased that the committee is listening to all concerned people, both those who are worried about losing their jobs as well as those who believe it is the way to go. I think it is very important that we do everything in our power to convince young people and to make it less palatable.

Let me just remind you of one thing. I have raised three children. I remember going to the store and trying to buy the no-name chocolate chip cookies for my kids. They used to have a bag of cookies that was white and I think it had a red bar across it. It was just a plain white bag and they were quite a bit cheaper than the Oreo or whatever the brand-name was. When I bought those cookies my kids wouldn't eat them because they were in a plain package. When I bought the other bag of cookies, boy, they gobbled them down. When I went shopping with my kids, they would say "Don't buy those cookies, Mummy, they're awful." They were the very same. They were probably made by the same manufacturer.

[Translation]

Pourtant vous êtes disposée à demander aux producteurs de cigarettes de dépenser 30 millions de dollars et de perdre plus de 400 emplois dans ce secteur quand il n'existe aucune preuve, de votre propre aveu, que l'emballage banalisé contribue effectivement à réduire la consommation

Vous avez déjà décidé de proposer l'emballage banalisé. Vous êtes déjà en train d'étudier cette solution au ministère de la Santé. Pourquoi? Pourquoi le faites-vous quand vous n'avez pas de preuve? Comment pouvez-vous demander aux producteurs de cigarettes de faire cela? Je ne porte pas les compagnies de cigarettes dans mon cœur, parce que je déteste la cigarette et que je ferai tout ce que je peux pour en réduire la consommation au Canada, mais on ne peut pas demander à ces producteurs de cigarettes de recourir à l'emballage banalisé et de dépenser 30 millions de dollars pour le faire quand on n'a aucune preuve de l'efficacité de la banalisation des emballages.

J'aimerais aussi savoir comment le comité peut faire preuve d'objectivité quand on a déjà décidé d'agir ainsi et que la majorité de ceux qui siègent à ce comité sont membres de votre parti. Peut-être pouvez-vous m'expliquer cela, Madame la ministre.

Mme Marleau: D'abord, la Société canadienne du cancer a publié un rapport en janvier. Cette étude indique que l'emballage banalisé dissuaderait des jeunes de fumer—c'est une mesure parmi d'autres. Nous devons travailler sur tous les fronts. Vous avez raison, nous ne disposons pas de beaucoup d'études qui établissent que l'emballage banalisé donne effectivement les résultats que nous escomptons. Pour ma part, je crois qu'il donnera des résultats. C'est pourquoi j'ai demandé aux responsables du Ministère de commander une importante recherche sur le marché, parce qu'il nous faut cette preuve.

D'ici là, je suis très heureuse que le comité ait décidé d'étudier la question. Nous devons aussi examiner ce qui se passe, quels sont les effets de l'emballage banalisé. C'est la raison d'être d'un comité, et je suis ravie que le comité recueille les témoignages de tous les intéressés, tant de ceux qui craignent de perdre leurs emplois que de ceux qui estiment que c'est la voie à suivre. Je pense qu'il est très important de faire tout ce que nous pouvons pour convaincre les jeunes de ne pas fumer et pour leur rendre la chose moins attrayante.

Permettez-moi de vous rappeler une chose. J'ai élevé trois enfants. Je me souviens d'être allée à l'épicerie pour y acheter des biscuits aux brisures de chocolat sans marque de commerce pour les enfants. On les vendait dans un sac blanc et je crois qu'il était traversé d'une bande rouge. C'était tout simplement un sac blanc ordinaire et ces biscuits se vendaient beaucoup moins cher que ceux de marque Oreo ou d'autres encore. Quand j'achetais ces biscuits-là, mes enfants n'en voulaient pas parce qu'ils sortaient d'un paquet qui n'était pas attrayant. Quand j'ai acheté une autre marque de biscuits, ma foi, ils les raflaient tous. Quand j'allais à l'épicerie avec les enfants, ils me disaient: «N'achètes pas ces biscuits, maman, ils ne sont pas bons.» Pourtant c'était tout à fait les mêmes. Ils venaient sans doute du même fabricant.

[Texte]

[Traduction]

• 1010

Now, maybe you can't translate that to cigarettes, but I'm convinced that it will have some impact, and if it can have an impact on discouraging young people from taking up this habit, which is bad for your health, the better.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): I'd like to also welcome you.

I want to get back to the national health forum. My concern is that we need to address a critical situation in health care in Canada, and I think that one doesn't have to travel far to have that brought to our attention by the population. But I don't think we need to address it in the context of any diminishing of our commitment to the principles behind the Canada Health Act and the values behind those principles. In fact, I think we need to address it in order to guarantee those principles and to make sure that we are able to do this.

You mentioned, for instance, the idea that money shouldn't be the determinant factor in the health care Canadians are allowed to receive. I think the reference there was to individuals and relative to the federal government's protection of individuals in the provinces, which deliver health care.

I would make the point that the same has to apply to health care as it is delivered by the provinces. In other words, the provinces that have money shouldn't be in a position to offer services considerably greater than those that do not. So the same argument applies. I think that is one of the things that has to be addressed very, very quickly in this review.

I think the federal government took the position that there were excesses in the system, and it has been trying to hold the cost down in the provinces, despite the fact that the federal government isn't involved in direct delivery.

I come from the province of New Brunswick. We don't have the resources to meet the cost demands of new technologies and so on. We're now getting to the point where there just isn't any more water to be squeezed from the rock.

Again, it goes back to the need for the health forum and its urgency.

The other thing I would like to bring to your attention, and perhaps get a comment on, is the fact that many of the details in the Canada Health Act—and, again, I am as committed as anyone to the principles... As an example, one of the concepts that determines insurable benefits is delivery in the hospital. Yet there is a lot of talk now about alternative delivery systems, community-based and so on. It seems necessary if we're going to talk about innovation and alternative delivery systems... Madam Minister, you mentioned the human resource question of who delivers services and so on. Many of the guarantees that are placed in the Canada Health Act to protect the system are now working against that very innovation.

Peut-être que ça ne vaut pas dans le cas des cigarettes, mais je suis convaincue que cela aura quand même un certain effet, et si cela peut dissuader les jeunes de commencer à fumer, parce que c'est mauvais pour la santé, tant mieux.

M. Scott (Fredericton—York—Sunbury): J'aimerais aussi vous souhaiter la bienvenue.

J'aimerais revenir au Forum national sur la santé. J'estime que nous devons nous préoccuper d'un aspect critique des services de santé au Canada. Il n'est pas nécessaire d'aller bien loin pour que la population nous le rappelle. Toutefois je ne pense pas que cet examen devrait nous amener à réduire le moindre engagement à faire respecter les principes qui sous-tendent la Loi canadienne sur la santé de même que les valeurs inhérentes à ces principes. En fait, nous devons examiner la situation dans le but de garantir ces principes et de nous assurer de pouvoir le faire.

Vous avez mentionné, par exemple, que l'argent ne devrait pas être le grand facteur qui détermine quels sont les services de santé auxquels les Canadiens ont droit. Je pense qu'il était alors question des particuliers et de la protection que le gouvernement fédéral accorde aux particuliers dans les provinces, qui fournissent les soins de santé.

Je dirais qu'il doit en être de même pour les services de santé fournis par les provinces. Autrement dit, les provinces riches ne devraient pas être en mesure d'offrir des services nettement supérieurs à ceux des autres provinces. Le même raisonnement vaut donc. Je pense que c'est là une des choses qu'il faut étudier très rapidement au cours de cet examen.

Je pense que le gouvernement fédéral est parti du principe qu'il y avait des abus dans le système et il a essayé de contenir les coûts dans les provinces, bien qu'il ne s'occupe pas directement de fournir des services.

Je viens du Nouveau-Brunswick. Là-bas nous n'avons pas les moyens de nous offrir l'accès aux nouvelles technologies. Nous en sommes arrivés au point où on ne peut plus presser le citron.

Encore là, faut-il rappeler la nécessité d'un forum national sur la santé et son urgence?

Autre chose que j'aimerais souligner, et j'ajouterais peut-être aussi un commentaire, c'est le fait qu'un grand nombre des dispositions de la Loi canadienne sur la santé—and, encore là, je souscris tout autant que les autres à ces principes... Par exemple, un des critères qui font que des services sont assurables, c'est le fait qu'ils soient fournis dans un milieu hospitalier. Pourtant on parle maintenant beaucoup de réseaux de service de recharge, de services communautaires et ainsi de suite. Il me semble nécessaire, si l'on doit parler d'innovation et de réseaux de service innovateurs... Madame la Ministre, vous avez parlé des ressources humaines qui fournissent ces services. Un grand nombre des garanties que contient la Loi canadienne sur la santé pour protéger le système vont à l'encontre de ces mesures innovatrices.

[Text]

I would conclude by simply repeating my particular fear that the issue of decreasing access to health care and comparable health care by individuals is becoming more and more a problem provinces face and the inability to provide comparable services as the federal government contribution is becoming less. Again, I don't say that's an absolute thing but relative to cost.

I would like to know what's on the table in terms of the health care forum, for one. How broad is this exercise going to be? I would like to know if there are any plans to offer incentives for innovation so that provinces would be encouraged to deliver alternatives, particularly in the face of restrictions on provinces relative to the Canada Health Act in detail, not in principle.

Finally, I would like to know what mechanisms are in place to explore the question of comparability of service so that I can be reassured that the Province of New Brunswick is offering comparable services to other provinces where they have the resources to build on the base, which is the Canada Health Act.

Thank you, Madam Minister.

[Translation]

Je conclurai en disant simplement que le fait que les particuliers aient de moins en moins accès aux services de santé et que ceux-ci soient de moins en moins comparables constitue un problème grandissant pour les provinces et que celles-ci sont de moins en moins en mesure de fournir des services comparables à mesure que diminue la contribution du gouvernement fédéral. Je ne dis pas que c'est vrai dans l'absolu, mais relativement au coût.

J'aimerais savoir, en premier lieu, ce qui se négocie dans le cadre du forum national sur la santé. Quelle sera l'étendue de son mandat? J'aimerais savoir si l'on prévoit offrir des mesures d'encouragement à l'innovation afin que les provinces soient incitées à fournir des services de recharge, compte tenu surtout des restrictions que certaines dispositions de la Loi canadienne sur la santé imposent aux provinces, dans le détail et non pas en principe.

Enfin, j'aimerais savoir quels sont les mécanismes en place qui permettent de comparer les services, de manière que je puisse avoir l'assurance que le Nouveau-Brunswick offre des services comparables à ceux des autres provinces où l'on a les ressources voulues pour s'appuyer sur le fondement de la Loi canadienne sur la santé.

Merci, madame la Ministre.

• 1015

Ms Marleau: First of all, you spoke about poorer provinces having difficulty meeting some of the challenges. Remember, not only do we have the transfer payments for health, but we also have equalization grants, which are meant to help specifically the poorer provinces. As you know, those have been announced and they've been enhanced, and that's specifically to help those provinces meet all of the challenges they have to meet.

You've spoken of community-based delivery. Let me tell you, there are some provinces that have addressed that and have done quite a good job. I'll mention the province of Quebec with their community health centres, and Saskatchewan, and a number of others, but these are two that have moved ahead quite rapidly, where it is a way of making sure that the more expensive services are there when they need them, but that they have some place for people to go where they can use alternative forms of care-givers. I think these are some of the actions that have been very, very effective across the country.

The forum is really meant to look at medium to long-term types of health issues, to look at where we want to be in the twenty-first century, and yes, we do think we should be helping provinces and considering the kinds of things, the kinds of initiatives, they might be interested in having us look at.

We have two bodies. We will be working directly with the provinces in the meeting of federal-provincial-territorial ministers on the actual problems that are being faced right now. That is the body that will work on those.

Mme Marleau: D'abord, vous avez dit que les provinces moins nanties ont du mal à relever certains défis. Rappelez-vous, il n'y a pas seulement les paiements de transfert pour les services de santé, mais aussi les paiements de péréquation, qui visent précisément à aider les provinces moins riches. Comme vous le savez, on en a fait l'annonce et ils ont été augmentés, et cela vise précisément à aider les provinces à relever tous ces défis qui les attendent.

Vous avez parlé de réseaux de services communautaires. Laissez-moi vous dire que, dans certaines provinces, on a examiné la situation et qu'on est parvenu à d'assez bons résultats. Je mentionnerai le cas du Québec qui a des centres de santé communautaires, et de la Saskatchewan; et cela se fait dans certaines autres provinces, mais ce sont là deux provinces qui ont agi assez rapidement, où on a trouvé une façon de s'assurer d'avoir accès quand on en a besoin aux services qui coûtent plus cher tout en faisant en sorte que la population puisse faire appel à d'autres types de pourvoyeurs de services. Je pense que ce sont là des mesures qui se sont révélées très efficaces partout au Canada.

Le forum vise en fait à éliminer les questions de santé qui se posent à moyen et à long termes, et à examiner ce que nous voudrions avoir réalisé au 21^e siècle; et oui, nous pensons que nous devrions aider les provinces et envisager ce genre de mesures, ce genre d'initiatives qu'elles aimeraient nous voir étudier.

Nous avons deux organismes. Nous travaillerons directement avec les provinces, en ce sens que les ministres du niveau fédéral, des provinces et des territoires se rencontreront pour discuter des problèmes auxquels on fait actuellement face. C'est le groupe qui travaillera sur ces questions.

[Texte]

The forum is more meant to look at long-term issues and to address some of the things you've talked about—financing for the system of the future, looking at the impact of aging on the health system, looking at the broader determinants of health and not just health care. These are some of the objectives of the forum. It's to move us all forward, but to look positively, and yes, we have a lot of work to do.

We know it isn't more money that the system needs. It needs to be changed and it needs to be changed in such a way that people continue to get the care they need, the best care possible. We need to focus our energies on that rather than letting the system fall apart by bringing in all kinds of user fees and other ways, because all that does is take money from those very essential services and diffuse them, and it allows us to go on without making the changes we have to make, and yes, the changes will be difficult.

The Chairman: Mr. Scott, you're out of time for the moment. That was the end of the second round, which is intended, according to our rules, to be a five-minute round for each of the interveners. It worked out to about eight minutes in each case. I allowed some latitude, but now I've got to get real tough with the questions and the answers. We've got about a half hour or so left. We have six people on my list. I'm going to ask you to keep yourselves to five minutes.

With your concurrence, I would like to get an opportunity—now I have seven on the list. What I'd like to do now is allow the persons who have not spoken an opportunity first, and then allow others who have spoken before a second opportunity. So my list is as follows, in this order: Dr. Pagtakhan, Madam Ur, Mr. de Savoye, Madam Picard, Dr. Martin, Ms Bridgman, Dr. Hill.

Dr. Pagtakhan.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): Thank you, Mr. Chairman. Thank you, Madam Minister. I certainly enjoyed the presentation. In a sense, you have outlined the stage of the emerging vision for health for Canada and I think it is very laudable. Inherent in that vision, of course, is the principle that in fact Canada, as a federal nation, would continue to play a national leadership role. Currently the only leverage of the Canada Health Act is the cost transfer payments.

Do you have any discussions, have you had any discussions, with the ministers of health, your counterparts, that would indicate there is a point when the level of cost transfer payments would be reached, that in fact the federal government would not be able to impose that leverage insofar as invoking the principles of the Canada Health Act, for which I applaud you? You're fully committed.

Ms Marleau: Yes, the transfer of payments is only one way of putting pressure on provincial governments, of course. Canadians can put pressure on provincial governments.

[Traduction]

Le forum vise davantage les questions à long terme et l'examen de certains points que vous avez mentionnés—le financement du système de l'avenir, l'incidence du vieillissement dans la population sur le système de soins de santé, les grands facteurs qui influent sur l'état de santé et non pas simplement les services de santé. Ce sont là certains des objectifs du forum. Il vise à nous faire progresser tous et à envisager les choses de façon objective, et nous avons beaucoup à faire.

Nous savons que ce n'est pas de plus d'argent dont le système a besoin. Il doit être changé et il doit être changé de manière que les gens continuent d'obtenir les services dont ils ont besoin, les meilleurs soins possibles. Nous devons y concentrer toutes nos énergies et non pas laisser le système s'effondrer en imposant toutes sortes de tickets modérateurs et autres, parce qu'ainsi on ne fait que retirer des fonds pour ces services tout à fait essentiels et les étaler, et que cela nous permet de continuer sans apporter les changements qui s'imposent, et il est bien vrai, qu'il sera difficile de changer.

Le président: Monsieur Scott, votre temps de parole est épousé. Nous en sommes à la fin du deuxième tour, qui, selon le règlement, doit accorder cinq minutes à chaque intervenant. Chacun a eu environ huit minutes. J'ai fait preuve d'une certaine latitude, mais je dois maintenant montrer plus de rigueur pour les questions et les réponses. Il nous reste environ une demi-heure. J'ai six noms sur ma liste. Je vais vous demander de vous en tenir à cinq minutes.

Si vous le permettez, j'aimerais avoir l'occasion—j'ai maintenant sept noms sur la liste. Ce que je voudrais faire maintenant, c'est de donner la parole à ceux qui ne l'ont pas encore eue, puis donner aux autres l'occasion de la reprendre. Voici donc dans l'ordre les noms de ceux qui sont sur la liste: Dr Pagtakhan, Mme Ur, M. de Savoye, Mme Picard, Dr Martin, Mme Bridgman, Dr Hill.

Monsieur Pagtakhan.

M. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Merci, monsieur le président. Merci, madame la ministre. J'ai écouté votre exposé avec beaucoup d'intérêt. Vous avez, en quelque sorte, posé les grandes lignes de la vision que l'on a des futurs services de santé pour le Canada, et je pense que c'est très louable. Cette vision, bien sûr, repose sur le principe que le Canada, en tant que pays fédérale, continuerait de jouer un rôle de leader à l'échelle nationale. Actuellement, le seul moyen de pression dont on dispose en vertu de la Loi canadienne sur la santé, c'est le coût des virements de transfert.

Avez-vous eu des entretiens, avec les ministres de la santé, vos homologues, qui donneraient à penser qu'à un moment donné on attendra le niveau de coût des payments de transfert, qu'en fait le gouvernement fédéral ne serait plus en mesure d'utiliser ce moyen de pression en invoquant les principes de la Loi canadienne sur la santé, ce dont je vous félicite? Vous êtes des plus dévouées.

• 1020

Mme Marleau: Oui, le transfert des paiements est le seul moyen d'exercer des pressions sur les gouvernements des provinces. Les Canadiens peuvent faire des pressions sur les gouvernements des provinces.

[Text]

There is a law on the books that says any transfer payment may be used. Take the possibility of transfers for health in cash in some provinces reaching a point where there would be not enough cash left; it would be all tax points. The federal government would have the right to remove, dollar for dollar, from any transfer, not just transfers on health.

The clout is there. The leverage is there. I would hope I don't have to use it often.

Mr. Pagtakhan: Let's hope so. You indicated in your presentation that the system must be such that people get care based on how much they need it, not on how well they can afford it. Again, in a sense, it tells us the role of the four principles; public administration is the fifth.

Take accessibility. Obviously, you're very committed to ensuring that. There's the issue of universality and portability.

How much they need it would involve the principle of comprehensiveness. Obviously, it appears over the last decade, as you indicated, that the history of the Canada Health Act has shown portability and comprehensiveness as two principles of continuing debate.

Also, in the estimates, there's an indication of the compatibility of the Canada Health Act with the provincial health acts. My question is, how is the compatibility assessment being done? Who is involved in assessing compatibility?

Ms Marleau: You're talking about the division of responsibilities between the federal government and the provincial governments in terms of the Canada Health Act and their own provincial acts.

Mr. Pagtakhan: No, I'm referring more to assessing where incompatibilities exist in terms of the application of the principles of the Canada Health Act.

Ms Marleau: There are a number of federal-provincial committees that work on these particular issues. For instance, we have a subcommittee now looking at physician's resources. We have one looking at portability. We have one looking at quality. There are a number of subcommittees, both at the federal-provincial level and within the departments, that are working at addressing these issues on an ongoing basis.

As you know, there will always be areas of contention between the two levels. We're trying very much to have a national strategy. I know all of the provinces, as well as the federal government, are very much concerned with exactly the kinds of issues that you're speaking to.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): Thank you, Ms Marleau, for coming. It's been long-awaited. We certainly appreciate you giving us your time this morning.

One of the notes we received in the briefings was from Health Canada. It said it intends to establish the department's vision and roles, and streamline its administrative services. Could you explain what you mean by that?

Ms Marleau: As for streamlining administrative services, you know what we mean by that. We want to make sure we get the biggest bang for our buck in every way.

[Translation]

Il est une règle qui dit que l'on peut utiliser tout paiement de transfert. Supposons que les paiements de transfert en espèces au titre de la santé, dans des provinces, atteignent un tel niveau qu'il ne resterait plus suffisamment de fonds, il ne serait plus question que de points d'impôt. Le gouvernement fédéral aurait le droit de se retirer, dollar pour dollar, de tout transfert, et non pas simplement des paiements de transfert au titre de la santé.

Tout est là. C'est là qu'est le moyen de pression. J'espère ne pas avoir à y recourir trop souvent.

M. Pagtakhan: Souhaitons-le. Vous avez dit dans votre déclaration que le système doit permettre aux gens d'obtenir les services dont ils ont besoin et non pas ceux qu'ils peuvent s'offrir. D'une certaine manière, cela nous rappelle encore le rôle des quatre principes; l'administration publique étant le cinquième.

Parlons de l'accessibilité. Bien sûr, vous vous êtes engagés à la garantir. Il y a aussi la question de l'universalité et de la transférabilité.

Leur nécessité pose la question de leur étendue. Dans les dix dernières années, comme vous le disiez, l'histoire de l'application de la Loi canadienne sur la santé a montré que la transférabilité et l'étendue des services sont deux principes dont on débat constamment.

En outre, dans les prévisions budgétaires, il est question de la compatibilité de la Loi canadienne sur la santé et des lois provinciales en matière de santé. Comment évalue-t-on la compatibilité? Qui s'occupe de l'évaluer?

Mme Marleau: Vous parlez du partage des responsabilités entre le gouvernement fédéral et les provinces pour ce qui est de l'application de la Loi canadienne sur la santé et des lois provinciales dans ce domaine.

M. Pagtakhan: Non, je pense plutôt à l'évaluation des cas où il y a incompatibilité dans l'application des principes de la Loi canadienne sur la santé.

Mme Marleau: Différents comités mixtes du gouvernement fédéral et des provinces examinent ces questions. Par exemple, un sous-comité examine les ressources en matière de médecins. Un autre étudie la transférabilité. Un autre, la qualité. Il existe différents sous-comités, tant à l'échelle fédérale-provinciale qu'au sein des ministères, et ils examinent ces questions de façon continue.

Comme vous le savez, il y aura toujours des tiraillements entre les deux niveaux. Nous nous efforçons vraiment d'établir une stratégie nationale. Je sais que ces questions dont vous parlez préoccupent au plus haut point toutes les provinces de même que le gouvernement fédéral.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): Merci, madame Marleau, d'être venue. Votre visite était très attendue. Nous vous remercions de nous avoir accordé du temps ce matin.

Une des notes que nous avons reçues parmi les mémoires venait de Santé Canada. On y dit avoir l'intention de définir la vision et les rôles du Ministère et d'en rationaliser les services administratifs. Pouvez-vous expliquer ce que l'on entend par là?

Mme Marleau: Pour ce qui est de la rationalisation des services administratifs, vous savez ce que nous voulons dire par là. Nous voulons nous assurer de toujours en obtenir le plus possible pour notre argent.

[Texte]

Mrs. Ur: Right.

Ms Marleau: Perhaps I can ask our DG of finance to give you an overview of exactly what it means.

Mrs. Ur: Make it short because I have a lot of questions for you.

Mr. Orville Marquardt (Director General, Departmental Planning and Financial Administration Directorate, Corporate Services Branch, Health Canada): We have streamlined administration services by looking at areas in which we can purchase materials in bulk, whether it is supplies or computers.

We have streamlined the administration of some of the programs. For instance, we've eliminated secretariats in certain areas. We are currently looking at pulling together the facilities management in the department so we have one process to manage all our facilities across the country. We're also looking at areas such as purchasing.

We currently have several information management systems in the department. We're looking at creating one enterprise network, as we call them, right across the country. That also will save money.

Mrs. Ur: Thank you. As to plain packaging, I'm sure it's a nightmare every time that subject comes up. I was pleased to see you had made a statement here that you wanted to work with experts on plain packaging. I was also pleased to see that you were willing to meet with students on that because I think they are probably every bit of an expert on that as the experts. I think we have to make sure their views are taken into consideration.

I was wondering whether we are hastening our studies before this new packaging comes out with the health warnings, whether there will be enough of an impact on smoking prior to the plain packaging.

Ms Marleau: As you know, much work needs to be done on plain packaging. That's what you're doing now. You're doing a lot of that work. As well, we're undertaking this study within the department, looking at the proof that it would be what we believe it will be.

We're not in any way prepared, at this point, to bring forward any form of legislation. We're waiting for the report of the committee, as well as for the market research and what they come up with. We are very much interested in the outcomes.

But let me remind you I didn't dream this up by myself. There are many people out there who really believe it will have an impact, and I cite the Canadian Cancer Society as well as a number of others. The Canadian Cancer Society had a study done that really did show it would...

I know the committee has heard from companies who are worried that if plain packaging comes too quickly it would mean the loss of jobs and so on. I sympathize. I come from a community where if you lose a job it's a very serious thing.

[Traduction]

Mme Ur: Très bien.

Mme Marleau: Peut-être puis-je demander au directeur général des Finances de vous donner un aperçu de ce que nous entendons vraiment par là.

Mme Ur: Il faudrait être bref parce que j'ai beaucoup de questions à vous poser.

M. Orville Marquardt (directeur général, Planification ministérielle et Administration financière, Direction générale de la Gestion ministérielle, Santé Canada): Nous avons rationalisé les services administratifs en repérant les secteurs où nous pouvions acheter en gros, qu'il s'agisse de fournitures ou d'ordinateurs.

Nous avons rationalisé l'administration de certains programmes. Par exemple, nous avons supprimé les secrétariats de certains secteurs. Nous envisageons en ce moment de rassembler les services de gestion des installations du ministère afin de n'avoir plus qu'un système de gestion pour nos installations dans tout le pays. Nous examinons aussi des éléments comme l'approvisionnement.

Le ministère compte actuellement plusieurs systèmes de gestion de l'information. Nous cherchons à créer un réseau d'entreprises, comme on l'appelle, pour tout le pays. Nous ferons ainsi des économies.

• 1025

Mme Ur: Merci. Pour ce qui est des paquets banalisés, ce doit être un véritable cauchemar chaque fois qu'on vous en parle. J'ai été heureuse de vous entendre dire que vous vouliez travailler avec des experts sur cette question de l'emballage banalisé. Je me réjouis aussi de constater que vous êtes disposé à rencontrer les étudiants pour en parler, car ils en savent sans doute aussi long que les experts. Nous devons en effet nous assurer de tenir compte de leur point de vue.

Je me demande si nous accélérerons le rythme pour terminer nos études avant que les nouveaux paquets portent ces mises en garde, si elles auront un effet dissuasif suffisant avant que l'on ait recours au paquet banalisé.

Mme Marleau: Comme vous le savez, il nous reste encore beaucoup à faire au sujet de l'emballage banalisé. C'est ce à quoi nous nous affairons maintenant. Nous nous en occupons intensément. De plus, nous entreprenons cette étude au Ministère, pour essayer de montrer que cela aura les effets que nous escomptons.

Nous ne sommes pas du tout prêts, pour l'instant, à présenter quelque mesure législative que ce soit. Nous attendons le rapport du Comité, de même que l'étude de marché et les conclusions qu'on nous soumettra. Nous attendons impatiemment les résultats.

Permettez-moi de vous rappeler que je n'ai pas conçu cette solution toute seule. Bien des gens croient fermement que cette mesure aura un effet, et la Société canadienne du cancer est de ce nombre. La Société canadienne du cancer a réalisé une étude qui montre bel et bien que cela aurait...

Je sais que le Comité a entendu des témoignages de sociétés qui craignent que l'introduction trop rapide de l'emballage banalisé entraînerait des pertes d'emplois. Je le comprends. Je viens moi-même d'un endroit où perdre son emploi a de très graves conséquences.

[Text]

[Translation]

But I also remind people that even though it may be generic packaging there will still be packaging. But they had better be on notice. My aim is to stop smoking across Canada. When that happens, there won't be any packaging for cigarettes in Canada at all. Now I'm not seeing that in the short term, but that very much is my aim.

Mrs. Ur: What is the health department's priorities as regards women's health issues and the dollars that will be allocated for particular programs?

Ms Marleau: My first priority is to make sure there is ongoing and enhanced research in the area of breast cancer. Breast cancer has been killing Canadian women for many years. There has been very little direct research done on the causes and on many of the elements that would enter into prevention of breast cancer, as well as treatment of breast cancer. So this is one of my particular priorities.

Many of you have heard that I worked for a doctor 30 years ago. It's absolutely true. He did a lot of cancer work. He was a surgeon. Thirty years ago when I worked in his office many, many women had breast cancer and many women died of breast cancer. It's still happening. There's been very little progress made in terms of looking at prevention and looking at causes and so on. So that for me is a very high priority area.

Mrs. Ur: Thank you.

M. de Savoie: Merci, monsieur le président. Madame la ministre, vous parlez un français tout à fait correct. J'ai été déçu tantôt lorsque je me suis rendu compte que vous me répondiez en anglais.

Ceci dit, j'aimerais préciser d'abord le sens de la demande que je vous faisais plus tôt sur une ventilation des coûts de péréquation, de façon à ce que vous puissiez me donner par écrit les renseignements dans un format qui me permettra et qui nous permettra, vous et moi, de parler de la même chose, et qui serait un tableau présentant, pour la période de 1990-1991 à 1994-1995, les transferts au comptant plus les transferts fiscaux, le total des transferts par province et au total, surtout per capita, et enfin, en dollars constants.

• 1030

À ce moment-là, madame la ministre, nous pourrons parler de la même chose. Maintenant deux questions que je vous soumets immédiatement et si vous n'avez pas le temps de répondre à l'une ou à l'autre, vous pourrez le faire ensuite par écrit.

D'abord, nous allons parler de l'appui aux organismes bénévoles, plus particulièrement de la Stratégie canadienne antidrogue. Au sujet du projet de loi C-7 qui est présenté à la Chambre en ce moment, M^{me} Fry a estimé que ce projet favorise la répression. Il faut quand même dire qu'il y a des budgets utilisés au niveau de la prévention, de la réhabilitation et de la désintoxication. Or, je vois que le ministère a consacré plus de 7 millions de dollars à la Stratégie canadienne antidrogue. Quelle proportion de ce montant est réservé aux problèmes d'alcool et quelle proportion aux problèmes de drogue? Si vous n'avez pas le temps de me répondre, vous pourrez le faire par écrit.

Vous avez aussi parlé d'une campagne antitabac se montant à 185 millions de dollars. Est-il possible d'obtenir le détail des diverses dépenses qui vont être engagées dans le cadre de cette campagne?

J'aimerais néanmoins vous rappeler que même si on a recours à l'emballage banalisé, il y aura toujours un emballage. Mais il faudrait bien qu'ils le sachent. Mon but est de mettre fin au tabagisme partout au Canada. Ce jour-là, il n'y aura plus la moindre cigarette à emballer au Canada. Je ne prévois pas y arriver à court terme, mais c'est bel et bien mon but.

Mme Ur: Quelles sont les priorités du ministère de la Santé en ce qui concerne la santé des femmes et les fonds affectés au programme axé sur la santé des femmes?

Mme Marleau: Ma grande priorité, c'est de m'assurer de la continuité et de l'amélioration des recherches sur le cancer du sein. Le cancer du sein tue des Canadiennes depuis de nombreuses années. On a fait très peu de recherche portant directement sur ses causes et les différents éléments qui contribueraient à sa prévention, de même que sur son traitement. C'est là une de mes grandes priorités.

Beaucoup d'entre vous ont déjà entendu dire que j'ai travaillé pour un médecin il y 30 ans. C'est tout à fait vrai. Il a beaucoup travaillé sur le cancer. Il était chirurgien. Il y a 30 ans, quand je travaillais à son bureau, de très nombreuses femmes étaient atteintes du cancer du sein et un grand nombre en mourraient. C'est toujours pareil. On a très peu progressé en matière de prévention et on n'en sait guère plus sur les causes. Cela m'apparaît donc comme une question éminemment prioritaire.

Mme Ur: Merci.

Mr. de Savoye: Thank you, Mr. Chairman. Madam Minister, your French is quite good. I was disappointed earlier when I realized that you were answering me in English.

That being said, I would like to come back on the meaning of the request I made to you earlier regarding the breakdown of the equalization cost. If you could give me in a written form information that will allow me and allow us, you and me, to refer to the same thing and I mean by that a table showing, for the period going from 1990-91 to 1994-95, the cash transfers plus the tax transfer, the total transfers by province and the total, specially per capita, and finally, in constant dollars.

Then, Madam Minister, we would be on the same wavelength. I have two questions I would like to ask you immediately and if you do not have time to answer one or the other, you can do so later in writing.

Let us first talk about support to volunteer organizations, and especially about Canada's Drug Strategy. Bill C-7 is currently being discussed in the House and Mrs. Fry thinks that bill encourages repression. However, it is important to note that there are budgets for prevention, rehabilitation and detoxication. Now I see the department has allocated more than seven million dollars to Canada's Drug Strategy. What portion of that amount is set aside for alcohol problems and what portion of that sum will be used to treat drug problems? If you do not have time to answer, you can do so in writing.

You also spoke of a 185 million dollars anti-smoking campaign. Would it be possible to get details of the various expenditures that will be incurred as part of that campaign?

[Texte]

Et finalement, dans le cadre de la planification de certains programmes pour les personnes âgées, M. le vérificateur général a parlé de dédoublement. Lorsque je lui ai demandé le coût de ce découlement entre le fédéral et les provinces, il a été malheureusement incapable de me fournir le montant de ce coût que nous devons tous, en tant que contribuables, supporter. Pourriez-vous me l'indiquer?

Mme Marleau: Laissez-moi d'abord vous dire que mon français est tout à fait correct parce qu'en effet, je suis Canadienne française.

M. de Savoye: C'est ce que je disais madame la ministre et c'est pour cela que j'étais déçu que vous n'utilisiez pas...

Mme Marleau: Je n'ai pas parlé anglais avant l'âge de sept ou huit ans et j'ai passé ma vie en Ontario ainsi que ma famille avant moi; mais je parle les deux langues par exemple.

Mr. de Savoye: So do I.

Mais j'aimerais, quand je vous pose une question en français, que vous me répondiez en français.

Mme Marleau: En anglais et en français; je choisis de répondre dans la langue qui me tente.

Vous nous avez posé des questions très précises et nous allons certainement vous répondre par écrit.

Maintenant, en ce qui concerne le dédoublement, je voudrais vous avertir qu'à mon avis, il est essentiel d'arrêter les dédoublements au maximum. Vous savez, on a souvent 10 provinces qui font exactement la même chose, alors qu'une seule suffirait. Il faut alors choisir l'endroit où on peut obtenir le meilleur service. Quelquefois, ce sera au niveau fédéral parce que les différentes provinces pourraient vouloir faire la même chose l'une après l'autre. Je ne peux donc pas vous donner de réponses exactes pour l'instant.

Je peux quand même vous dire que, lorsque j'ai essayé d'organiser des programmes pour enfants qui s'appelaient PASS, le gouvernement provincial a été consulté pour s'assurer qu'il n'y avait pas déjà un programme semblable au niveau provincial. Nous avons un très bon rapport avec les ministres de toutes les provinces et nous travaillons en collaboration sur tous nos programmes. Cela s'est passé au Québec il y a à peine une semaine, et je vais continuer à le faire.

Mr. de Savoye: Merci madame.

Le président: Madame Picard.

Mme Picard: Madame Marleau, je reviens sur le centre d'excellence pour la santé. J'ai deux petites questions bien rapides.

Quand le gouvernement va commencer à mettre sur pied ce centre, je voudrais savoir, au niveau du financement, si le ministre des Finances a bien déclaré que, la santé des femmes étant une priorité pour son gouvernement, il prendrait sur son budget la somme de 3 millions pendant 3 ans pour la santé des femmes, ce qui ferait environ 20 cents par femme. Ce n'est pas beaucoup, me semble-t-il.

[Traduction]

Finally, the Auditor General said there was some duplication in the planning of some senior citizens programs. When I asked him how much the duplication of federal and provincial programs costs, unfortunately he could not tell me how much it costs taxpayers to support those programs. Could you tell me?

Mrs. Marleau: Let me first say that my French is fine because in fact, I am French-Canadian.

Mr. de Savoye: That is what I was saying, Madam Minister, and that is why I was disappointed that you did not use...

Mrs. Marleau: I didn't speak English before the age of seven or eight and I spent my life in Ontario as did my family before me; however I do try to show the example by using both languages.

Mr. de Savoye: Moi aussi.

But when I ask you a question in French I would like you to answer in French.

Mrs. Marleau: In English and in French; I choose to answer in the language I feel like using.

You asked us some very specific questions and we will certainly answer you in writing.

Now, with regard to the duplication, I must tell you that I think duplication must be avoided as much as possible. Often, 10 provinces do exactly the same thing, when just one would suffice. So you have to choose the place with the best service. Sometimes it will be at the federal level because the various problems may want to do the same thing one after another. So I cannot give you a precise answer for the time being.

I can, however, tell you that when I tried to organize special assistance programs for children, the provincial government was consulted to insure there wasn't already a similar provincial program. We have a very good relationship with all provincial ministers and we work together on all our programs. That happened in Quebec just a week ago, and this type of cooperation will continue.

Mr. de Savoye: Thank you, Madam Minister.

The Chairman: Mrs. Picard.

Mrs. Picard: Mrs. Marleau, I would like to go back over the Health Center of Excellence. I have two very quick, short questions.

In terms of financing and the establishment of the Center, I was wondering if the Finance Minister had indeed said that since women's health was a priority for his government, he would allocate three million dollars over three years for women's health, which means approximately 20 cents per women. It does not seem much to me.

[Text]

Mme Marleau: Premièrement, nous espérons avoir le premier centre d'excellence sur la santé des femmes d'ici la fin de l'année. C'est une réaffectation des dollars dans mon Ministère.

Mais laissez-moi vous dire qu'on ne dépense pas seulement pour la création de ce centre. Nous avons des dollars pour la recherche dans le cancer du sein. Nous avons beaucoup de programmes qui sont spécifiquement pour les femmes, pour encourager les chercheurs, pour encourager les groupes communautaires et de cette façon, nous dépensons beaucoup plus que cette petite somme.

Nous allons faire du mieux que nous pouvons avec les dollars que nous avons.

Mme Picard: Merci beaucoup, madame Marleau.

The Chairman: I have four members who wish to make interventions. Before recognizing the first of these, just let me remind the members that the committee has an in camera meeting to consider future business at 11 a.m., in case you've forgotten.

In this order: Dr. Martin, Dr. Hill, Ms Bridgman, Dr. Pagtakhan.

M. Martin: Merci, monsieur le président.

Minister, I completely agree. You said Canadians do not want cash register medicine, but I'll submit to you that they do want fiscally responsible health care. Canadians, as you said before, want access and want it when they need it.

I'll tell you that this is a complete farce with what's going on out in the trenches. In upholding the current Canada Health Act, the provinces are being forced to ration health care in order to meet these demands.

I think my colleague Mr. Szabo hit the nail on the head when he was outlining that our health care system right now needs emergent care if we are to have federally or socially funded health care in this country. I'll give you some examples. In northern British Columbia, the only plastic surgeon who does rheumatoid hands in the whole northern half of the province was told by the province that he could do only three hands per year. If you have rheumatoid arthritis and have very deformed hands, that is a tragedy.

Hospitals all across this country, as you know, are being told how many hip prostheses they can do. If you have a destroyed hip and are in pain and agony, and the province has told the hospital that they can only do 12 or 14 hips per year, tough luck if you're not on that list. That list, with an aging population, is growing every year.

ORs are being closed during weekdays, not because they don't have the staff, but because they don't have the money and they're trying to cut costs. As you said earlier, they're not just a few beds. You said there are a few beds being closed here and there. I can tell you for a fact that the referral hospital for northern British Columbia, which serves half of the area, has closed over one-third of its beds over the last three years, and is closing more every year.

[Translation]

Mrs. Marleau: First of all, we hope to have the first Center of Excellence on women's health by the end of next year. It is a reallocation of my department's funds.

However, I might add that the money is not spent solely on setting up that center. We have sums earmarked for breast cancer research. We have many programs that are specifically for women, to encourage researchers and community groups and that is why we spend much more than that small sum.

We will do our best with the dollars we have.

Mrs. Picard: Thank you very much, Mrs. Marleau.

Le président: Il y a quatre membres qui veulent intervenir. Avant de donner la parole au premier, je tiens à rappeler aux membres que le Comité tiendra une réunion à huis clos pour étudier les travaux futurs à 11h, au cas où vous l'auriez oublié.

Dans l'ordre suivant: Dr. Martin, Dr. Hill, M^{me} Bridgman, Dr. Pagtakhan.

Dr. Martin: Thank you, Mister Chairman.

Madame la ministre, je suis entièrement d'accord avec vous. Vous dites que les Canadiens ne veulent pas de ticket modérateur, mais ils veulent quand même des soins de santé qui ne coûtent pas les yeux de la tête. Comme vous l'avez dit, les Canadiens veulent y avoir accès lorsqu'ils en ont besoin.

Je peux vous assurer que ce n'est pas du tout ce qui se passe dans la réalité. Pour respecter les dispositions de l'actuelle Loi canadienne sur la santé, les provinces doivent rationner leurs soins de santé afin de répondre à la demande.

Mon collègue, M. Szabo, l'a bien dit lorsqu'il décrivait comment notre régime de soins de santé doit prévoir des nouveaux soins si nous voulons des soins de santé financés par le gouvernement fédéral ou par la population. Pernettez-moi de vous donner quelques exemples. Dans le nord de la Colombie-Britannique, la province avait dit au seul plasticien qui traite le rhumatisme des mains dans l'entièvre moitié nord de la province qu'il ne pouvait traiter que trois mains par année. Si vous souffrez de la polyarthrite rhumatoïde et avez des mains très difformes, c'est dramatique.

Comme vous le savez, partout au Canada, on dit aux hôpitaux combien de prothèses de hanche ils peuvent installer. Si vous avez une hanche qui ne fonctionne plus du tout et souffrez de douleurs incroyables, et la province avait dit à l'hôpital qu'il ne pouvait traiter que 12 ou 14 hanches par année, tant pis si votre nom ne figure pas sur la liste. La population vieillit et cette liste-là s'allonge chaque année.

On ferme les salles d'opération pendant la semaine, non pas par manque de personnel, mais plutôt par pénurie de fonds et parce qu'ils essayent de réduire leurs coûts. Comme vous l'avez dit plus tôt, ce n'est pas juste une question de quelques lits. Vous avez dit qu'on ferme quelques lits ici et là. Je peux vous dire en toute connaissance de cause que l'hôpital de référence de la Colombie-Britannique du nord, qui dessert la moitié de la région, a fermé plus du tiers de ses lits au cours des trois dernières années et en ferme davantage chaque année.

[Texte]

The people, Minister, I submit to you, are suffering. We have a case of "studyitis", and we're not showing the intestinal fortitude to get out there and deal with these issues and make some hard decisions now. I fear the people in this country are going to suffer more and more every year unless we get out and do something about it.

I would like to point out one other thing. Right now we have an unworkable situation financially. Health care costs are increasing at a rate of 10% to 12% per year, more than three times the rate of gross domestic product. This is a completely unworkable situation.

I would ask you, Minister, how or what are you going to do immediately to rectify this situation to ensure that individuals in this country are going to get the health care they need when they need it?

Ms Marleau: First of all, your facts are a little bit wrong. There are not dramatic increases in health care expenditures across the country. As a matter of fact, the one portion of health care costs that has increased dramatically is drugs, the medication. The hospital costs have maintained themselves. I think you have to divide it as to where it is. Yes, there are problems and pressures in the system, but there are other areas where there is waste. We can address them and we must.

• 1040

You talk about fiscal responsibility. We all have to bear some responsibility. No one need talk to me about being fiscally responsible. I started off my career in a municipality that had 38% unemployment and a massive debt. As chairman of finance I was able to convince people we had to pay down that debt and we did it. Today our unemployment rate is much lower and we really have next to no debt.

I know about fiscal responsibility, but I also know fear-mongering does not help. Working together helps. We must all sit down together and work at solving some of these very pressing issues, but we can't do it in isolation. We can't pick and choose which issue is more pertinent today. We have to look at all of them together to make sure the person who needs the hip replacement gets it, whereas somebody else who may not need something quite as much maybe should wait a little longer.

These are the kinds of things we have to look at. When we look at extra billing, private clinics, and paying for these services, we're not looking at addressing the real needs of the people. We're looking at addressing the needs people can afford to pay for. I am committed not to allow that to happen. That is not the way to address the problems of our system or the pressures in our system.

Mr. Hill (MacLeod): I must say, I think this is the most frustrating day I have spent in Parliament. I've listened to the minister say when she was in opposition she hammered the administration, as did members of this committee, about

[Traduction]

Madame la ministre, les Canadiens souffrent. Nous souffrons d'une maladie qui s'appelle «l'étudite aiguë», et nous n'avons pas le cran pour faire face à ces difficultés et de prendre des décisions difficiles immédiatement. Je crains que les Canadiens vont continuer à souffrir à moins qu'on fasse quelque chose.

Je voudrais signaler une autre chose. Nous avons actuellement une situation financière intenable. Les coûts de soins de santé augmentent à un rythme de 10 à 12 p. 100 chaque année, plus de trois fois le taux de notre produit intérieur brut. C'est un système tout à fait impraticable.

Madame la ministre, je voudrais savoir ce que vous entendez faire immédiatement pour remédier à cette situation afin de garantir que la population aura les soins de santé dont elle a besoin et comment vous entendez vous y prendre.

Mme Marleau: Tout d'abord, vos données sont quelque peu erronées. Les dépenses en matière de soins de santé n'ont pas augmenté excessivement au Canada. En fait, la seule partie des coûts de soins de santé qui a augmenté considérablement est celle des médicaments. Les coûts hospitaliers se sont maintenus. Je pense qu'il faut faire la part des choses. Oui, il existe des problèmes et des contraintes dans le système, mais dans d'autres domaines, il y a du gaspillage. Nous pouvons nous y attaquer; c'est d'ailleurs indispensable.

Vous parlez de responsabilité financière. Nous devons tous en assumer une certaine part. Personne n'a besoin de me le rappeler. J'ai commencé ma carrière dans une municipalité terriblement endettée, où il y avait 38 p. 100 de chômage. À titre de président des finances j'avais réussi à convaincre les gens qu'il fallait réduire notre dette, ce que nous avons fait. Aujourd'hui, notre taux de chômage est beaucoup plus faible et notre dette a pratiquement été éliminée.

Je sais ce qu'est la responsabilité financière, mais je sais aussi que cela ne sert à rien d'attiser les craintes. C'est l'esprit de collaboration qu'il faut entretenir. Ce qu'il faut, c'est que nous travaillions de concert pour résoudre certains de ces problèmes très urgents, mais il est impossible de le faire isolément. Nous ne pouvons pas nous permettre de choisir le problème qui nous paraît le plus pertinent en ce moment. Il faut que nous les considérons dans leur ensemble de manière à nous assurer qu'on donne la priorité à la personne qui a besoin d'une prothèse pour remplacer sa hanche, alors que quelqu'un d'autre peut se permettre d'attendre un peu plus longtemps.

Voilà le genre de choses qu'il faut examiner, et non les questions telles que les honoraires supplémentaires, les cliniques privées, le paiement de ces services, car cela ne répond pas aux besoins réels des gens. Ce dont nous nous occupons, c'est des besoins que les gens ont les moyens de couvrir financièrement. Je ferai tout mon possible pour l'empêcher. Ce n'est pas ainsi que l'on va régler les problèmes de notre régime de santé, ni éliminer les contraintes auxquelles il est soumis.

M. Hill (MacLeod): Je dois dire que c'est probablement la journée la plus frustrante que j'ai jamais connue, depuis que je suis député. J'ai entendu la Ministre, lorsqu'elle était dans l'opposition, attaquer violemment l'administration, comme

[Text]

established programs financing being reduced. It's fine to look at the actual dollars and say EPF is rising slightly. Let's however look at EPF in terms of the percentage of the cost of health care. That is the only issue important to the provinces and indeed to the individuals being treated.

Back in 1981, 30% of our total health care dollars was being paid for by EPF. In 1991, 22% of our health care dollars was being paid for by EPF. It's very interesting to me how you can move from one side of the House to the other and change the tune. Minister, I'm saying to you directly that the provinces are not making a story up when they say the relative amount of dollars they're getting is decreasing. I say that as loudly as I can.

I have to say as this committee, which is the committee on health, sits here with our health care system on the brink of disaster—and I'm telling you it's on the brink of disaster—for you to be spending time on plain packaging of cigarettes, as far as I'm concerned, is the height of nonsense. Our system is in deep trouble. You may say that's fear-mongering. I say to you, from the standpoint of an individual who has watched our system deteriorate over the last 25 years, it's not fear-mongering.

I would rather this were coming from those colleagues who would be considered less critical of you individually. I ran for Parliament because our health care system is in deep trouble and I cannot sit here and allow this to casually go by without saying it and saying it as loudly as I can. I wish, Minister, you would reflect on the seriousness of the situation of our debt and our deficit. We're spending over 30¢ of every dollar the federal government takes in for servicing the debt, and that is taking money from our health care system. New Zealand ignored this. New Zealand ended up by advertising on their ambulances so they could pay for the fuel. The same thing is going to happen to Canadian health care unless there's a change of direction.

[Translation]

d'ailleurs certains membres de ce comité, à propos de la réduction du financement des programmes établis. C'est très bien de dire que le FPÉ augmente légèrement en termes de dollars réels. Nous ferions mieux de le considérer en fonction du pourcentage du coût des soins de santé qu'il représente. C'est la seule question vraiment importante pour les provinces et, en fait, pour les malades.

En 1981, le FPÉ couvrait 30 p. 100 du coût total des soins de santé; en 1991, il n'en couvrait plus que 22 p. 100. Je trouve très intéressant de voir comment vous pouvez passer ainsi d'un côté à l'autre de la Chambre et changer complètement de position. Madame la Ministre, je vous dirai carrément que les provinces ne racontent pas d'histoires lorsqu'elles disent que le montant relatif des fonds qu'elles reçoivent diminue. Et je le dis bien haut.

Je me sens obligé de déclarer à ce comité de la santé, qui siège ici alors que notre régime de soins de santé est au bord du gouffre—et croyez-moi, c'est vrai—and qui perd son temps à discuter de la banalisation des paquets de cigarettes, qu'en ce qui me concerne, c'est une absurdité totale. Notre régime est en grosse difficulté. Vous direz peut-être que j'attise les craintes, et je vous répondrai que c'est faux, car j'ai vu notre régime de soins de santé péricliter au cours des 25 dernières années.

J'aurais beaucoup préféré que ces remarques fussent faites par des collègues que l'on considérerait comme moins critiques à votre égard. J'ai voulu me faire élire parce que notre régime de soins de santé est en très grande difficulté et je ne peux pas me permettre de laisser passer cela sans le déclarer aussi fort que je peux. Je souhaite vivement, Madame la Ministre, que vous réfléchissiez à la gravité de la situation créée par notre dette et notre déficit. Nous consacrons plus de 30 p. 100 des recettes fédérales au service de la dette, c'est là d'autant moins d'argent pour notre régime de soins de santé. La Nouvelle-Zélande n'en a pas tenu compte et elle a fini par utiliser des panneaux publicitaires sur ses ambulances pour pouvoir payer le carburant. La même chose va arriver chez nous, à moins que nous ne changions complètement de cap.

• 1045

You've said that you have not decreased the transfers to the provinces. The absolute number of dollars going to the provinces is decreasing year after year, and all you've done is stopped the freeze from dropping. I'm making statements rather than asking questions because my time is so short. I want to punctuate this by saying that you are fiddling while Rome is burning.

Vous avez dit que vous n'avez pas réduit les transferts aux provinces. Pourtant, en chiffres absolus, ils diminuent d'année en année, et tout ce que vous avez fait c'est d'éviter que le phénomène ne s'aggrave davantage. Je fais des déclarations plutôt que de poser des questions, à cause du peu de temps dont je dispose. Je ponctuerai mes remarques en déclarant que vous taquinez l'archet pendant que Rome brûle.

Ms Marleau: I get mixed messages from your statement. On the one hand, there should be more money in transfers, and on the other hand, we should cut the deficit. In my meetings with the provincial ministers, not one of them told me that they need more money for the system. Most of the provinces were pleased that transfer payments in health had not decreased and that we were offering them stability. I think it was quite an achievement that I could do that, and it shows this

Mme Marleau: Votre déclaration me paraît pleine de contradictions. D'un côté, vous dites qu'il faudrait plus d'argent au titre des transferts et, de l'autre, vous soutenez que nous devrions réduire le déficit. Lors de mes réunions avec des ministres provinciaux, pas un seul m'a dit qu'il avait besoin de peu d'argent pour le régime de soins de santé. La plupart des provinces étaient satisfaites de voir que les paiements de transfert, à ce titre, n'avaient pas diminué et que nous leur

[Texte]

government's commitment to the health of Canadians. In these difficult times when we have to address deficit problems, we were able to say there is one thing that we value above all others and this is it. That is what we did with our budget of last winter.

So yes, we are concerned with deficit reduction. We are very concerned because the health of Canadians is an economic asset. If Canadians are healthy, they will help the economic recovery.

Mr. Hill: Mr. Chairman, this rhetoric does not bear scrutiny.

The Chairman: It's over five minutes and you're out of time. I didn't want to do it during your intervention because I did not want to interrupt your flow of thought.

As a matter of procedure, if there's an argument with a decision to go with plain packaging, it's not arguing with the minister. The minister had asked the committee, but the committee made a decision. So if Mr. Hill has a grievance, he should talk to his colleagues on the committee, including the man to his right who was here when we agreed to make that the subject of study.

Ms Bridgman: I have a question about the priorities of Canada Health.

Apparently they will be responding to the recommendations on the study of new reproductive technology that was done by the previous government. This has also been brought up in our committee as a possible avenue to pursue. Considering the situation we're in right now with the tobacco situation, can Health Canada tell this committee what their intent is, in what direction they plan to go, so that we're not re-inventing the wheel or duplicating...?

Ms Marleau: That's a good question. If the committee agrees, we can ask the officials to make a representation before the committee to explain what is happening with the recommendations of the new reproductive technologies report.

Nonetheless, perhaps I can tell you a bit about some of the issues that are being addressed. There is a group discussing federal and provincial jurisdictions, as a result of a request at the end of our federal-provincial ministers meeting in February. They are looking at how best to address the recommendations. As you know, many of the recommendations fall within the jurisdiction of the provinces. Some of them also fall within the jurisdiction of the federal government, but they're at different ministry levels and some of them are very murky.

Within my department, we are drafting regulations to address specific recommendations that we can deal with on our own. I have spoken to the justice minister and he is looking at any kind of legislation they might bring forward that would be addressing some of the requests from the new reproductive technologies. So basically there's a coordinated effort.

[Traduction]

offrirons une certaine stabilité. Il me semble que j'ai réussi là quelque chose qui n'est pas du tout négligeable et qui montre l'importance que ce gouvernement accorde au dossier de la santé. À une époque difficile où nous devons affronter des problèmes de déficit, nous avons pu dire qu'il est une chose qui prime sur toutes les autres: la santé. Voilà ce que nous avons fait avec notre budget de l'hiver dernier.

Bien sûr que nous voulons réduire le déficit. Nous sommes très conscients du problème, car la santé des Canadiens représente un actif économique. Si les Canadiens sont en bonne santé, ils contribueront à la reprise économique.

M. Hill: Monsieur le président, cette rhétorique est totalement vide de sens.

Le président: Vous avez épuisé les cinq minutes dont vous disposiez. J'ai évité d'intervenir plus tôt parce que je ne voulais pas interrompre votre réflexion.

Pour parler procédures, je vous rappelle que si vous n'êtes pas d'accord avec la décision concernant la banalisation des paquets de cigarettes, ce n'est pas avec le ministre qu'il faut en discuter. Le ministre s'est tournée vers le comité et celui-ci a pris une décision. Donc, si M. Hill a un grief, c'est avec ses collègues du comité qu'il doit en discuter, y compris avec celui qui est assis à sa droite et qui était présent lorsque nous avons accepté d'en faire le sujet de notre étude.

Mme Bridgman: J'ai une question à poser au sujet des priorités de Santé Canada.

Le ministère va apparemment répondre aux recommandations de l'étude sur les nouvelles techniques artificielles de procréation, qui a été effectuée par le gouvernement précédent. C'est une question que ce comité a également envisagé d'étudier. Étant donné la situation actuelle en ce qui concerne le tabac, les gens du ministère de la Santé peuvent-ils annoncer leur intention à ce Comité, préciser l'orientation qu'ils ont l'intention de prendre, de manière à ce que nous ne réinventions pas la roue, ni ne répétons...?

Mme Marleau: Excellente question. Si le comité est d'accord, nous pourrions demander aux fonctionnaires de vous expliquer la suite qui a été donnée aux recommandations du rapport sur les techniques artificielles de procréation.

Je pourrais, cependant, dès tout de suite vous dire un mot des points à l'étude. À la suite d'une demande présentée à la fin de la réunion fédérale-provinciale des ministres de la santé, qui s'est déroulée en février, un groupe a été chargé d'étudier les compétences fédérales et provinciales. Il examine la meilleure façon de traiter les recommandations. Comme vous le savez, nombre de ces recommandations relèvent de la compétence des provinces et, certaines, de celle du gouvernement fédéral, mais elles se situent alors à des niveaux ministériels différents et quelques unes sont extrêmement floues.

Dans mon propre ministère, nous rédigeons actuellement des règlements répondant aux recommandations auxquelles nous pouvons nous-mêmes donner suite. Je me suis entretenue avec le ministre de la Justice qui examine les dispositions législatives qu'il pourrait présenter au sujet de certaines des demandes relatives aux nouvelles méthodes artificielles de procréation. Il s'agit donc d'un effort combiné.

[Text]

[Translation]

• 1050

As you know, the report asked for almost a CRTC-like body to rule all of that. We are still considering that. Again, a lot of that has to do with provinces and which way they would like to go. It also has to do with costs because these bodies tend to be very costly and take on a life of their own. And I don't know that I'm convinced, at this time, that it is necessarily the way to go.

Ms Bridgman: Thank you very much.

The Chairman: I have three persons who wish to intervene, in this order: Dr. Pagtakhan, Mr. Szabo, and Mr. de Savoye. Could you make it brief in all three cases please?

Mr. Pagtakhan: Thank you, Mr. Chairman. I'd just like to comment that I'm delighted, Madam Minister, that you have indicated you are not now bringing forward legislation and you are awaiting the report of this committee, studying the plain packaging, and as well the report of your department on a study that I understand will be completed sometime in December 1994.

I would like to go back, Mr. Chairman, to the estimates document. In this document, page 2-37, it is indicated that surveys were carried out on infant foods and on human breast milk for environmental contaminants, among others, sometime in 1992-93. My question, Madam Minister, is, would you be able to give at this time, if not later on, the sources and types of levels of chemical contaminants in the breast milk of Canadian women? Two, could you tell us what assessment your department has made as to the impact of these contaminants on the health of women and their offspring and also what actions Canada has taken to reduce the levels of these contaminants and also to determine whether in fact other countries have been contributors to these contaminants. If so, particularly with the United States, what measures have been taken at the international level to address this issue? Could you give the committee a progress report at this time? Thank you, Madam Minister.

Ms Marleau: It's a very good question, a very detailed one, and a very technical one. If we have the time I could ask one of my officials to come and address your specific concerns, or we could—and I'll ask the chairman—perhaps give you that in writing or at a later date because it is quite involved. I know there are a number of actions that have been taken over the last 20 years having to do with contaminants and what they do to breast milk and the effect they have.

I see the clock moving, and perhaps it might be best if we had . . .

Mr. Pagtakhan: Certainly it's agreeable, Mr. Chairman.

Madam Minister, the other question I had was the one on which I was interrupted the last time. What assessments do we currently have about the compatibility between what the provinces say and what the federal government says in the application of the principles of the Canada Health Act? When was the last time it was done?

Comme vous le savez, les auteurs du rapport réclamaient la création d'un organisme presque analogue au CRTC, pour coiffer le tout. Nous étudions encore cette possibilité, mais cela intéresse aussi directement les provinces et dépend beaucoup de ce qu'elles veulent faire. Il faut aussi tenir compte des coûts car ce genre d'organisme a une tendance à revenir cher et à acquérir, en quelque sorte, une existence indépendante. Pour l'instant, je ne suis pas du tout convaincu que ce soit nécessairement la formule à adopter.

Mme Bridgman: Merci beaucoup.

Le président: J'ai ici trois personnes qui désirent intervenir, dans l'ordre suivant: le Dr Pagtakhan, M. Szabo et M. de Savoye. Je vous demanderais, à tous les trois, d'être très brefs.

M. Pagtakhan: Merci, Monsieur le président. Je tiens simplement à dire que je suis ravi, madame la ministre, de voir que vous n'êtes pas sur le point de présenter un projet de loi et que vous attendez le rapport de ce comité en ce qui concerne la banalisation des paquets de cigarettes, ainsi que le rapport de votre ministère sur une étude qui, je crois, sera terminée vers décembre 1994.

Monsieur le président, je voudrais revenir au budget principal des dépenses. Dans ce document, à la page 2-42, il est question d'études qui ont été effectuées en 1992-1993 au sujet de la présence de contaminants atmosphériques, entre autres, dans les aliments pour nourrissons et le lait maternel. Madame la ministre, pourriez-vous nous indiquer, dès maintenant, quelles sont les sources et les niveaux des contaminants chimiques traces présents dans le lait des mères canadiennes? Deuxièmement, quelle conclusion votre ministère tire-t-il à propos des effets de ces contaminants sur la santé des femmes et de leurs enfants, et quelles mesures le Canada a-t-il pris pour en réduire les niveaux et déterminer si d'autres pays ont leur part de responsabilité. Dans l'affirmative, quelles mesures ont été prises à l'échelon international pour régler ce problème, surtout en ce qui concerne les États-Unis? Pourriez-vous dire au comité où nous en sommes? Merci, madame la ministre.

Mme Marleau: C'est une très bonne question. Elle est aussi très détaillée et très technique. Si nous avons suffisamment de temps pour cela, je pourrais demander à l'un de mes collaborateurs de venir vous fournir des explications précises, ou nous pourrions également—je m'adresse là au président—vous répondre par écrit, plus tard, car il s'agit d'une question fort complexe. Je sais qu'un certain nombre de mesures ont été prises au cours des 20 dernières années, en ce qui concerne les contaminants et leurs effets sur le lait maternel.

Je vois que le temps passe, et il serait peut-être préférable que nous . . .

Mr. Pagtakhan: Cela conviendrait parfaitement, Monsieur le président.

Madame la ministre. J'ai commencé à vous poser une autre question, mais on m'a interrompu. A-t-on évalué jusqu'à quel point il y a compatibilité entre la position des provinces et celle du gouvernement fédéral, en ce qui concerne l'application des principes de la Loi canadienne sur la santé? À quand remonte la dernière évaluation du genre?

[Texte]

[Traduction]

Ms Marleau: We have a department that does a lot of work on that. When we ask something of the provinces then we have officials who will sit down with them and go over the figures. There is a great deal of work that goes on, on a day-to-day basis, in terms of exactly that question, but I'm not in a position right now to give you the actual details. Again, if you wish, we can sit down with the committee or with you personally and go through exactly what is done, at what level, and exactly how it all occurs.

I am very much aware, for instance, of what's happening now in British Columbia, in terms of the negotiation having to do with the withholding of transfer payments on the extra billing issue. That's one thing. I'm also very aware of what is going on in terms of monitoring accessibility to private clinics in Alberta. But other than that...

Mr. Pagtakhan: Madam Minister, page 2-55 of the estimate document indicates at figure 14 the financial and human resources that go into health-insurance-related activities within Health Canada. In that table it can be seen that the contributions are going down each year, which would represent the transfer payments, more or less, whereas the operating costs and full-time equivalents on personnel are going up slightly. Would the minister explain why this is the case?

Mme Marleau: Nous avons un ministère qui travaille beaucoup dans ce domaine. Lorsque nous demandons quelque chose aux provinces, les représentants de notre ministère rencontrent leurs homologues et examinent les choses avec eux. Un gros travail se fait donc quotidiennement dans ce domaine, mais je ne suis pas en mesure de vous fournir immédiatement des détails. Nous pourrons donc également, si vous le désirez, rencontrer le Comité ou vous-même, pour voir exactement ce qui se fait, à quel niveau et de quelle manière.

Je suis de très près, par exemple, les négociations qui se déroulent actuellement en Colombie-Britannique au sujet de la suspension des paiements de transfert motivée par la question des honoraires supplémentaires. Je suis également de près le contrôle de l'accessibilité aux cliniques privées en Alberta. Mais en dehors de cela...

M. Pagtakhan: Madame la ministre, à la page 2-64 du budget principal des dépenses, le tableau 14 indique les ressources financières et humaines investies dans les activités de Santé Canada liées à l'assurance-santé. Ce tableau montre que les contributions, qui correspondent plus ou moins aux paiements de transfert, diminuent d'année en année, alors que les coûts de fonctionnement et les équivalents concernant les emplois à plein temps augmentent légèrement. La ministre pourrait-elle nous expliquer pourquoi?

• 1055

Ms Marleau: What can I say? The health insurance activity administers the Canada Health Act and it's a priority with this government. Really, that's the reason.

Mme Marleau: Que voulez-vous que je vous dise? La Loi canadienne sur la santé est administrée par le biais du programme d'assurance-santé. Et c'est là une des priorités du gouvernement. C'est en fait là la raison.

Mr. Szabo: The issue is health cards. You're smiling already—is this good or bad? Over the last couple of years in Ontario we've heard a lot of speculation about the magnitude of the problem related to this issue. Indeed, I've heard numbers as high as two million with regard to unauthorized or fraudulent health cards being in the system, aggregating anything from \$680 million to \$920 million a year in fraudulent claims to our health care system. Who knows? That really has been the argument.

M. Szabo: Vous voulez parler des cartes santé. Vous souriez déjà—est-ce bon signe ou pas? Ces deux dernières années, en Ontario, nous avons entendu toute une foule d'opinions sur l'ampleur du problème. J'ai même entendu dire qu'il y avait peut-être deux millions de cartes santé non autorisées ou falsifiées en circulation, ce qui correspondrait un montant total de 680 à 920 millions de dollars par an en demandes de remboursement frauduleuses. Qui sait? C'est en tout cas ce qu'on dit.

I suspect that if you extrapolate that figure to the entire country the range of numbers could be billions in terms of the cost to our health care system and the fact that people are coming to our country with health card in hand.

Je crains que si vous extrapolez ce chiffre pour l'appliquer à l'ensemble du pays, vous n'arrivez à des milliards de dollars pour notre régime de soins de santé, avec tous ces gens qui arrivent au Canada, carte santé à la main.

Now I see the Province of Ontario coming forward with a new health card with a picture. Isn't it about time we got together with the provinces and had one health card for all provinces, reflecting the portability and the fact that Canadians have a health care system we're proud of? One health card could deal with the security requirement once and for all so that the issuance, control, and maintenance of health cards is finally under control to stop this massive leakage from our health care dollar.

Je note que la province de l'Ontario va utiliser une nouvelle carte santé avec la photographie du titulaire. N'est-il pas grand temps que nous nous mettions d'accord avec les provinces pour n'avoir qu'une seule carte nationale, ce qui correspondrait bien au principe de mobilité et au fait que les Canadiens ont un régime de soins de santé dont ils peuvent être fiers? Une carte santé permettrait de régler l'exigence de sécurité une fois pour toutes si sa délivrance, son contrôle, et son maintien étaient finalement contrôlés afin d'éviter cette perte massive d'argent.

[Text]

Ms Marleau: As you know, how the health care system is administered is very much a provincial responsibility. As such, different provinces are doing different things. I know that some provinces are experimenting; namely, Quebec, which is using—if not across the province—a smart card as a way of dealing with this particular problem. I know that many other provinces are also looking at different ways.

I'm certainly very willing to help them in any way I can to deal with this very serious problem you've outlined. I know the provinces are very much looking at solutions to this problem. This could be one of the items we will discuss at one of our future federal-provincial ministers conferences because it is a serious problem and I know the provincial ministers are well aware of that.

The Chairman: Thank you.

M. de Savoye: Monsieur le président, très rapidement.

Si on parle du coût des médicaments, madame la ministre, l'industrie pharmaceutique déplore le fait qu'il faut environ trois ans pour obtenir une approbation de votre ministère pour un nouveau médicament et que ceci a un mauvais effet sur le prix des médicaments. Quelle est votre position à ce sujet et qu'est-ce que votre ministère entend faire?

Mme Marleau: Nous avons une stratégie sur laquelle nous travaillons. Vous savez qu'il y a toujours des problèmes budgétaires et que cela nécessite un personnel important. Mais nous avons en effet, trouvé une façon de faire du *striking* pour certains nouveaux médicaments.

Nous avons aussi une façon de nous assurer que certains médicaments sont à la disposition des malades même si nous n'avons pas encore pris de décision. Nous avons fait des progrès mais nous avons encore un grand chemin à parcourir.

M. de Savoye: Et votre échéancier?

Mme Marleau: En ce qui concerne mon échéancier, je pense qu'il y aura des progrès, d'ici un an.

M. de Savoye: Merci beaucoup.

The Chairman: Thank you very much. Our time has run out. I'm going to give the minister just a minute.

People leaving can do so very quietly, please, because we're not through. If you come to the meeting we're glad to have you, but don't disrupt the meeting.

I'm going to give the minister an opportunity to just say a word or two in conclusion, if she'd like to. Before doing so, I'd just say to the committee that immediately following this, we're going to take a two-minute recess to clear the room. Then we'll have an in camera meeting, which will be very brief. We have to address one issue; that is, the matter of Bill C-7. We need a decision on that issue. It should just take a very few minutes, so I hope we can keep a quorum for that.

[Translation]

Mme Marleau: Comme vous le savez, l'administration du régime de soins de santé est essentiellement de compétence provinciale. Chaque province procède de manière différente. Je sais que certaines d'entre elles font des expériences; c'est le cas du Québec qui utilise—mais pas nécessairement à l'échelle de la province—une carte à puce afin d'essayer de régler ce problème. Je sais que beaucoup d'autres provinces étudient d'autres formules possibles.

Je suis tout à fait disposée à faire tout mon possible pour les aider à régler le problème très grave dont vous venez de parler. Je sais que les provinces recherchent activement des solutions. Ce pourrait être un des points dont nous discuterons lors d'une de nos futures conférences ministérielles fédérales-provinciales, car le problème est sérieux, et je sais que les ministres provinciaux en sont pleinement conscients.

Le président: Merci.

M. de Savoye: Mister Chairman, I shall be very brief.

Talking about the cost of drugs, Mrs. Minister, the pharmaceutical industry deplores the fact that it takes about three years for your department to authorize a new drug, which has an adverse effect on the cost of drugs. What is your position on this question and what is your department planning to do?

Mrs. Marleau: We are working on a strategy. As you know, there always are budgetary problems and this requires a large staff. But we have found a way of hastening the process of some new drugs.

We also have a procedure that allows some drugs to be used by patients even though we have not yet made our decision. We have made some improvements but we still have a long way to go.

Mr. de Savoye: What time table do you have in mind?

Mrs. Marleau: I believe that there will be some progress within a year.

Mr. de Savoye: Thank you very much.

Le président: Merci beaucoup. Le temps dont nous disposions est écoulé. La ministre dispose d'une minute pour conclure.

Je demande aux personnes qui doivent s'en aller de le faire très discrètement, car nous n'avons pas encore terminé. Nous avons été heureux de vous accueillir, mais ne perturbez pas le déroulement de la réunion.

Je vais maintenant offrir au ministre la possibilité de dire un mot ou deux en conclusion, si elle le désire. Auparavant, je tiens cependant à dire au comité qu'immédiatement après, nous suspendrons la séance pendant deux minutes pour vider la salle. Nous tiendrons ensuite une réunion à huis clos, qui sera très courte. Nous avons une seule question à examiner, celle du projet de loi C-7. Il faut que nous prenions une décision à ce sujet. Cela ne devrait pas demander plus de quelques minutes et j'espère donc que nous aurons le quorum.

[Texte]

Ms Marleau: I want to thank all of you. Your questions were very, very good. I hope my answers were as good.

I also want to tell you that I'm very prepared to work with each and every one of you. My department would certainly be very happy to give you briefings on whatever topic you would like.

Mr. Chairman, I think it's important that if there's any issue of concern, you approach me and my department so that they can come and tell you exactly what is happening and how it's being addressed at Health Canada.

My last message is to all Canadians. I'm here to make sure that we do the best we can.

The Chairman: Thanks, Minister. Thanks, witnesses.

[Traduction]

Mme Marleau: Je tiens à vous remercier tous. Vos questions étaient excellentes. J'espère que mes réponses l'étaient aussi.

Je tiens également vous assurer que je suis tout à fait disposée à collaborer avec vous tous. Mon ministère sera très heureux de vous fournir des renseignements sur tous les sujets que vous souhaitez.

Monsieur le président, je crois qu'il est important que si une question vous préoccupe, vous preniez contact avec moi et avec mon ministère, de manière à ce que des fonctionnaires puissent venir vous expliquer exactement ce qui se passe et la manière dont nous essayons de résoudre les problèmes à Santé Canada.

Mes derniers mots s'adressent à tous les Canadiens. Je suis ici pour veiller à ce que nous fassions tout ce qui est en notre pouvoir.

Le président: Merci, Madame la ministre. Merci messieurs les témoins.

[*la séance se poursuit à huis clos*]

[*Proceedings continue in camera*]



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Health Canada:

Michèle S. Jean, Deputy Minister;
Orville Marquardt, Director General, Departmental Planning and Financial Administration Directorate, Corporate Services Branch;
André Juneau, Assistant Deputy Minister, Policy and Consultation Branch.

TÉMOINS

De Santé Canada:

Michèle S. Jean, sous-ministre;
Orville Marquardt, directeur général, Planification ministérielle et administration financière, Direction générale des services de gestion;
André Juneau, sous-ministre adjoint, Direction générale des politiques et de la consultation.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing, Public Works and Government Services Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

KC 27
- H39
HOUSE OF COMMONS

Issue No. 6

Thursday, April 28, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 6

Le jeudi 28 avril 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la

Health

Santé

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging of Tobacco Products

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la banalisation des produits du tabac

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, APRIL 28, 1994

(11)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 9:32 o'clock a.m. this day, in Room 371, West Block, the Chair, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Pierre de Savoye, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo.

Acting Members present: John Maloney for Rey Pagtakhan and Brenda Chamberlain for Rose-Marie Ur.

Associate Member present: Grant Hill.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curran, Research Officers.

Witnesses: From Rototone Gravure Services Inc.: David Esch, President; Michael Butterfield, Vice-President, Sales; Maurice E. Staley, General Manager, Standard Paper Box. From the Quebec Council on Tobacco and Health: François Damphousse, Secretary General; Denis Côté, Volunteer and advisor in advertising. From the Bakery, Confectionery and Tobacco Workers International Union: Daniel Rondou, International Representative; Sean Kelly, International Representative. From the Centre for Health Promotion: Josie d'Avernas, Partner, RBJ Health Management Associates. From the Ontario Campaign for Action on Tobacco: Michael Perley, Director; Robert Cosman, Senior Counsel, Fasken, Campbell, Godfrey; Richard Swan, Associate Counsel; Martin J. Rothstein, President and C.E.O., MacLarenINTAS Inc. (Toronto).

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee resumed consideration of its study on Plain Packaging of Tobacco Products (See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, April 12, 1994, Issue No. 1).

The witnesses from Rototone Gravure Services made statements, with David Esch and Michael Butterfield answering questions.

At 10:04 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:06 o'clock a.m., the sitting resumed.

François Damphousse made a statement and, with the other witness from the Quebec Council on Tobacco and Health, answered questions.

At 10:38 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:40 o'clock a.m., the sitting resumed.

Daniel Rondou of the Bakery, Confectionery and Tobacco Workers International Union made a statement and answered questions.

At 11:02 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:03 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witness from the Centre for Health Promotion made a statement and answered questions.

At 11:26 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:28 o'clock a.m., the sitting resumed.

PROCÈS-VERBAL

LE JEUDI 28 AVRIL 1994

(11)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 h 32, dans la salle 371 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Roger Simmons (président).

Membres du Comité présents: Pierre de Savoye, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo.

Membres suppléants présents: John Maloney pour Rey Pagtakhan et Brenda Chamberlain pour Rose-Marie Ur.

Membre associé présent: Grant Hill.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curran, attachés de recherche.

Témoins: De Rototone Gravure Services Inc.: David Esch, président; Michael Butterfield, vice-président, ventes; Maurice E. Staley, gérant, Standard Paper Box. Du Conseil québécois sur le tabac et la santé: François Damphousse, secrétaire-général; Denis Côté, bénévole et conseiller en publicité. Du Syndicat international des travailleurs et travailleuses de la boulangerie, confiserie et du tabac: Daniel Rondou, représentant international; Sean Kelly, représentant international. Du Centre for Health Promotion: Josie d'Avernas, associée, RJB Health Management Associates. De la Campagne ontarienne d'action contre le tabac: Michael Perley, directeur; Robert Cosman, conseiller senior, Fasken, Campbell, Godfrey; Richard Swan, conseiller senior; Martin J. Rothstein, président et directeur, MacLarenINTAS Inc. (Toronto).

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend l'étude de la banalisation des produits du tabac (voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 12 avril 1994, fascicule n° 1).

Les témoins de Rototone Gravure Services font des exposés et, avec David Esch et Michael Butterfield, répondent aux questions.

À 10 h 04, la séance est suspendue.

À 10 h 06, la séance reprend.

François Damphousse fait un exposé puis, avec l'autre témoin du Conseil québécois sur le tabac et la santé, répond aux questions.

À 10 h 38, la séance est suspendue.

À 10 h 40, la séance reprend.

Daniel Rondou, du Syndicat international des travailleurs et travailleuses de la boulangerie, confiserie et du tabac, fait un exposé et répond aux questions.

À 11 h 02, la séance est suspendue.

À 11 h 03, la séance reprend.

La témoin du Centre for Health Promotion fait un exposé et répond aux questions.

À 11 h 26, la séance est suspendue.

À 11 h 28, la séance reprend.

Michael Perley, Robert Cosman and Martin J. Rothstein made statements and, with the other witness from the Ontario Campaign for Action on Tobacco, answered questions.

At 12:06 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Michael Perley, Robert Cosman et Martin J. Rothstein font un exposé et, avec l'autre témoin de la Campagne ontarienne d'action contre le tabac, répondent aux questions.

À 12 h 06, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

Clerk of the Committee

La greffière du Comité

Carmen DePape

[Texte]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Thursday, April 28, 1994

[Traduction]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le jeudi 28 avril 1994

• 0932

The Chairman: Order.

I welcome our first set of witnesses, from Rototone. I invite the president to introduce himself and to indicate who else is with him this morning.

Mr. David Esch (President, Rototone Gravure Services Inc.):
Good morning, Mr. Chairman and members of the committee.

First let me introduce my colleagues: Maurice Staley is the general manager of Standard Paper Box, which is one of our customers in Toronto, and Michael Butterfield is the vice-president in charge of sales at Rototone Gravure in Toronto.

The Chairman: Our practice here is to have the briefest of opening statements, because the purpose is to allow the committee time to elucidate your testimony. You have to presume that the brief, which was circulated previously, has been scrutinized by members of the committee. So there is no need to read all of it into the record. If you'd like to make a brief summary of it, then we invite you to do so, after which we'll have some questions.

Mr. Esch: It's a very brief brief, Mr. Chairman. Perhaps I could just read the entire brief.

My purpose here this morning is to describe to you the economic implications of plain packaging of cigarettes for our company. I'll also give you some reasons why I believe plain packaging is a bad idea that should not be proceeded with.

First, let me tell you a little bit about our company. Rototone Gravure Services is a Canadian operation with 54 employees that makes gravure cylinders for the packaging industry. It consists of two companies, Rototone Gravure and F.J. Murray Machine. Rototone is an engraving company that engravings the designs that appear on the packages onto copper-plated cylinders using computer-driven engraving machines. These cylinders are then sent to our customers, who use them in their presses to print the job.

• 0935

Rototone has 48 employees, most of whom are highly skilled and highly paid specialists in this field. The average salary of the plant staff last year was \$73,000.

F.J. Murray is our machine shop; it makes the steel bases we make into gravure cylinders. It has 9 employees. The total operating budget of Rototone Gravure Services last year was just under \$8 million and our total wages were just over \$3.5 million.

Le président: La séance est ouverte

Les premiers témoins sont des représentants de Rototone. Je vais demander au président de cette société de se présenter et de présenter ceux qui l'accompagnent ce matin.

M. David Esch (président, Services Rototone Gravure Inc.):
Bonjour, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du comité.

Permettez-moi tout d'abord de présenter mes collègues: Maurice Staley est le directeur général de Standard Paper Box qui est l'un de nos clients à Toronto et Michael Butterfield est le vice-président des ventes chez Rototone Gravure à Toronto.

Le président: En comité, ici, nous nous attendons à ce que les remarques préliminaires soient les plus brèves possibles car nous voulons avant tout obtenir des explications sur votre témoignage. Il faut bien vous dire que votre mémoire, qui a été distribué à l'avance, a été analysé par les membres du comité. Vous n'avez donc pas besoin de le dire en entier. Si vous vouliez bien le résumer, nous pourrions ensuite passer aux questions.

M. Esch: Mon mémoire est très bref, monsieur le président. Permettez-moi de le lire.

Je voudrais ce matin vous décrire quelles seront pour notre entreprise, les implications économiques de l'emballage banalisé des cigarettes. Je vous donnerai également quelques raisons qui m'amènent à croire que l'emballage générique n'est pas une bonne idée et qu'on devrait y renoncer.

Permettez-moi avant tout de vous parler un peu de notre société. Les Services Rototone Gravure emploient 54 personnes dans une entreprise canadienne pour fabriquer des cylindres de gravure pour le secteur de l'emballage. Notre entreprise comprend deux sociétés, Rototone Gravure et F.J. Murray Machine. Rototone est la compagnie de gravures qui grave sur des cylindres cuivrés à l'aide de machines de gravure entraînées par ordinateur, tous les dessins qui figurent sur les actionnées Ces cylindres, sont ensuite envoyés à nos clients qui les incorporent à leur presse.

Rototone compte 48 employés, la plupart d'entre eux étant des spécialistes hautement qualifiés et hautement rémunérés. Le salaire moyen du personnel d'usine l'an dernier était de 73 000\$.

F.J. Murray est notre atelier de mécanique qui fabrique les bases d'acier que nous transformons en cylindres de gravure. Elle compte 9 employés. L'an dernier, le budget de fonctionnement était d'un peu moins de 8 millions de dollars et notre masse salariale totale légèrement supérieure à 3,5 millions de dollars.

[Text]

Members of the committee, plain packaging of cigarettes would have a devastating effect on these two companies. F.J. Murray, which is almost totally reliant on the cigarette industry, would certainly close down. Rototone would be forced to lay off about 20 people immediately, and it is quite likely the whole company would have to close shortly after that, because it is doubtful we could support the high capital costs required in this industry.

If both plants were forced to close, Metro Toronto would lose 54 jobs and \$3.5 million of buying power, and the ripple effect on the economy would be significant. Many of our suppliers and service people would be affected and this could lead to further job losses. In short, plain packaging would be a disaster for my company and would be a further strain on the already burdened economies of Metro Toronto and Ontario.

The proponents of plain packaging claim it would reduce smoking among young people. This is certainly a commendable goal and one I support. At this time, however, I do not believe there is enough evidence that plain packaging would have this effect to justify the severe financial hardships it would impose on about 1,000 people in our industry.

It seems strange you're being asked to make such a critical decision by the middle of June before seeing some important evidence in this matter. At that time you will not be aware of the impact, if any, of the present round of warning labels, you will not know the outcome of the Supreme Court case that bears directly on this matter, and you will not have the benefit of the health department's own study into plain packaging, which is due in December.

I would urge all members of the committee to seek to delay your decision on this matter until all the facts are in.

Let me now give you some reasons why I believe plain packaging of cigarettes is a bad idea that will not work and may even make things worse.

First of all plain packaging has been used for such products as Loblaw's "no frills" products and generic brands of cigarettes in the U.S. In each case it has been a marketing success story. The ultimate in plain packages are the paper or plastic bags containing marijuana or cocaine, which do not seem to have discouraged the sale of these products.

In fact plain packaging may result in more young people smoking with even greater health risks involved. Let me explain why. As the committee has already heard, plain packaging will undoubtedly lead to the production of counterfeit cigarette packages. Last week Mr. Shea from Shorewood suggested a likely source of cigarettes for these packages would be South America. We would obviously have no way of testing the contents of these cigarettes and there's a real possibility of harmful impurities being present in them.

[Translation]

Mesdames et messieurs les membres du comité, l'emballage banalisé des cigarettes aurait un effet catastrophique pour nos deux sociétés. F.J. Murray, qui, pour son chiffre d'affaires, compte presque entièrement sur les fabricants de tabac, fermerait sûrement ses portes. Rototone devrait mettre à pied environ 20 employés immédiatement, il est fort possible que toute la société doive fermer ses portes par la suite, car nous n'aurions probablement pas de quoi assumer les coûts en capital élevés nécessaires dans notre secteur.

Si les deux usines étaient amenées à fermer leurs portes, la région de Toronto perdrat 54 emplois, 3,5 millions de dollars de pouvoir d'achat, sans compter l'effet de ruissellement considérable que cela représenterait pour l'économie. Nombre de nos fournisseurs et nombre de nos préposés au service seraient touchés, ce qui signifierait d'autres pertes d'emploi. En deux mots, l'emballage générique serait un désastre pour ma société et ne ferait qu'aggraver le fardeau que supporte actuellement l'économie de la région de Toronto et celle de l'Ontario.

Ceux qui proposent l'emballage banalisé prétendent que cela réduira le tagagisme chez les jeunes. C'est certainement un objectif louable, et nous l'appuyons. Toutefois, à mon avis les preuves que l'emballage générique aurait cet effet ne sont pas suffisantes pour légitimer les graves difficultés financières que cette décision imposerait aux 1 000 personnes qui seraient touchées dans notre secteur.

Il semble que l'on vous demande de prendre une décision aussi lourde de conséquences d'ici la mi-juin avant d'avoir recueilli des preuves importantes en la matière. En effet, vous ne savez pas encore quelle sera l'incidence éventuelle qu'auront les mises en garde qui apparaissent maintenant sur les étiquettes et vous ne savez pas encore ce que décidera la Cour suprême dans une affaire qui est directement reliée à ces questions là et vous n'aurez pas non plus entre les mains l'étude du ministère de la Santé sur l'emballage générique, étude qui doit paraître au mois de décembre.

J'exhorte tous les membres du comité à demander un report de décision sur cette question, tant que n'aurons pas connaissance de tous les faits.

Permettez-moi de vous donner quelques raisons qui expliquent pourquoi l'emballage générique des cigarettes n'est pas une bonne idée, ne donnera pas les résultats escomptés et pourrait même aggraver les choses.

Tout d'abord, l'emballage générique a été utilisé pour des produits démarqués comme ceux de la compagnie Loblaw et pour des marques génériques de cigarettes aux États-Unis. Dans chacun des cas, ces produits ont connu un succès commercial énorme. Le roi des emballages génériques est le papier ou le sac en matière plastique qui contient de la marijuana ou de la cocaïne, et cela n'a absolument pas découragé la vente de ces produits.

En fait, l'emballage générique pourrait inciter plus de jeunes à fumer, avec à l'avenant, des risques accrus pour la santé. Je vais vous expliquer pourquoi. Comme vous l'avez déjà entendu dire, l'emballage générique pourrait assurément entraîner la contrefaçon de paquets de cigarettes. La semaine dernière, M. Shea de Shorewood a dit qu'il est fort probable que ces cigarettes proviennent alors d'Amérique du Sud. Nous n'aurions alors pas moyen d'en vérifier le contenu et il est fort possible qu'elles contiennent des impuretés nocives.

[Texte]

The Canadian Cancer Society study concluded cost and availability were the two biggest factors discouraging young people from smoking. Counterfeit cigarettes would be cheap and readily available, and we would have no way of controlling their sale or their contents. For this reason it seems very likely plain packaging has the potential to result in even more young people smoking and even greater health risks.

I'm sure we're all aware that the best way to get a young person to do something is to tell them they can't do it. Most teenagers have a rebellious streak in them. This was seen in the Cancer Society study when more of the teenagers chose plain packaging than regular packages in a controlled experiment.

Also, the health department's \$7 million ad campaign to warn teenagers of the dangers of smoking seems to have fallen on deaf ears. Surely it is likely plain packages will just give teenagers something else to rebel against and they will buy them in defiance of any attempt by government authorities to control their lives.

Teenagers are resourceful and creative. If they want to smoke they will find a way to smoke. If they think the packages are ugly, they will put cigarettes in other forms of packaging.

Plain packaging, like prohibition, is yet another attempt by governments to regulate human nature. It didn't work then and it won't work now. Like prohibition, it may produce some very unpleasant side effects such as a rise in criminal activity, greater health risks due to the sale of unregulated products and, perhaps worst of all, a further intrusion of government into the private lives of its citizens.

Mr. Chairman and members of the committee, in my opinion plain packaging of cigarettes is a bad idea. It has no proven benefits, it may well make the situation worse, and it will put over 1,000 Canadians out of work. I urge you to reject it or at least seek to delay your decision on this matter until you have more evidence such a drastic measure will work. Thank you.

Mr. Butterfield would like to just give a brief overview of the process of our company and then talk about some samples we brought along.

[Traduction]

La Société canadienne du cancer conclut dans une étude que c'est le coût et la disponibilité qui sont les deux principaux facteurs qui dissuadent les jeunes de fumer. Les cigarettes de contrefaçon seraient bon marché et facilement accessibles et nous ne pourrions absolument pas en contrôler la vente ou le contenu. Pour cette raison, il semble probable que l'emballage banalisé puisse entraîner encore plus de jeunes au tabagisme, avec des risques accrus pour leur santé.

Je suis sûr que vous savez que le meilleur moyen d'amener un jeune à faire quelque chose est de lui interdire de le faire. La plupart des adolescents ont un côté rebelle. Cela ressort de l'étude de la Société canadienne du cancer car plus d'adolescents ont choisi des cigarettes qui étaient dans un paquet banalisé plutôt que celles qui étaient dans des paquets de marque.

Par ailleurs, le ministère de la Santé a lancé une campagne publicitaire qui a coûté 7 millions de dollars pour mettre les adolescents en garde contre les dangers du tabac et il semble que tous ces avertissements aient été en vain. On peut donc supposer que la banalisation des emballages va devenir pour les adolescents matière à se rebeller et ils vont les acheter pour défier toute tentative des autorités de contrôler leur mode de vie.

Les adolescents sont pleins de ressources et de créativité. S'ils veulent fumer, ils en trouveront le moyen. S'ils pensent qu'un emballage est laid, ils mettront leurs cigarettes dans une autre sorte de paquet.

L'emballage générique, comme la prohibition, est une autre tentative gouvernementale de réglementer la nature humaine. La prohibition a été un échec, et ce sera encore un échec cette fois-ci. La banalisation de l'emballage pourrait avoir des effets pervers et entraîner une augmentation de l'activité criminelle, des risques accrues pour la santé à cause de la vente de produits non réglementés et, ce qui est encore pire, elle pourrait constituer une nouvelle intrusion du gouvernement dans la vie privée des citoyens.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, à mon avis la banalisation de l'emballage des cigarettes n'est pas une bonne idée. On n'a pas réussi à en prouver les avantages, et il se peut fort bien que cela aggrave la situation. En outre, plus de 1 000 Canadiens y perdraient leur emploi. J'invite donc instamment les membres du comité à rejeter cette idée ou du moins à différer leur décision en la matière jusqu'à ce qu'on ait plus de preuves qu'une mesure aussi draconienne va porter fruit. Merci.

M. Butterfield a quelque chose à ajouter à propos du procédé employé par notre société et il parlera ensuite de certains échantillons que nous avons apportés.

• 0940

Mr. Michael Butterfield (Vice-President, Sales, Rototone Gravure Services): Thank you, David.

Mr. Chairman, members of the committee, being the gravure engraver, it is our job to take the design from the designer and transform it, through our skilled and experienced people working on sophisticated electronic equipment, into a gravure cylinder. The gravure cylinder is then sent to the printer, who places the cylinder in the printing press and prints a desired product on a required substrate.

M. Michael Butterfield (vice-président, ventes, Rototone Gravure Services Inc.): Merci, David.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, comme nous sommes les graveurs, il nous appartient de prendre le design du concepteur et de le transformer grâce au talent de nos employés qualifiés et expérimentés qui travaillent avec du matériel électronique sophistiqué pour produire un cylindre de gravure. Le cylindre de gravure est ensuite envoyé à l'imprimeur qui l'incorpore à sa presse pour préparer les clichés.

[Text]

Each colour requires a gravure cylinder. Each colour is separated on an electronic imaging system in which traps, keys, and colour retouching are performed as necessary.

When the colour separation is completed, this digital information is passed to a computerized, electronic cylinder-composing station that places the individual packages and the printing press register systems in their respective places, as requested by the printer. The cylinder-composing station then passes all this digital information to an electronic engraving unit. A diamond stylus transforms all this digital information into billions of tiny cells on a copper-plated cylinder.

Finally, the engraved cylinder is chrome plated for protection, proofed, and carefully inspected before shipping it to the printer. That's the production of a cylinder in a nutshell. It's those skilled, experienced people that your recommendations will affect greatly.

David also mentioned the next edition of government-regulated health warnings soon to appear on the market. If you permit me to show you some samples, I'm sure you'll see they're startling when compared to what is on the market today. I can pass these around.

The top sample is how the health warning appears today. The bottom two samples show how they will appear on the market in the next few months.

The first set of health warnings were four different ones. This time there will be 16 different health warnings; 8 in black and white, and 8 in white and black. As you can see, they will have much more impact than they have today.

I think it is prudent to give them a chance to see what impact they have on consumption before setting another set of rules and regulations.

Thank you.

Mr. Esch: Mr. Staley would like to make a statement. Then we will be happy to answer any questions.

Mr. Maurice E. Staley (General Manager, Standard Paper Box): Mr. Chairman, members of the committee, my company, Standard Paper Box, specializes in the manufacture of packaging for the cigarette industry. The packaging industry has already lost thousands of jobs, directly and indirectly, due to federal and provincial government legislation that has been aimed directly at the tobacco industry.

The effect on Standard Paper Box will be to reduce our labour force by 50%. These are skilled jobs. Skilled jobs and skilled people are very hard to find in Canada, so we are losing jobs and skills that we require in this country.

A further impact is that our present investment in multicolour equipment will be quite underutilized. It will preclude any future investment in capital equipment.

[Translation]

Pour chaque couleur, il faut un cylindre de gravure différent. Chaque couleur est séparée grâce à un système d'imagerie électronique à partir duquel on procède au piégeage, au verrouillage et aux retouches, au besoin.

Quand la séparation des couleurs est terminée, ces renseignements numériques sont transmis à une station de composition électronique et informatisée qui place les paquets individuels et les systèmes de registre de la presse à leur place respective, comme le souhaite l'imprimeur. Tous ces renseignements passent ensuite de la station de composition à une unité de gravure électronique. Grâce à un stylet à diamant, on transforme ce renseignement numérique en milliards de petites cellules sur un cylindre plaqué cuivre.

Pour terminer, on plaque du chrome sur le cylindre gravé pour le protéger, et il est mis à l'essai et inspecté soigneusement avant d'être expédié à l'imprimeur. C'est à cela que se résume la production d'un cylindre. Ce sont les travailleurs qualifiés et expérimentés qui produisent ces cylindres qui seront touchés énormément par vos recommandations.

David a aussi parlé de la prochaine édition des avertissements exigés par réglementation gouvernementale qui doivent paraître sur les paquets de cigarettes qui seront bientôt sur le marché. Permettez-moi de vous donner ici des échantillons et je suis sûr que vous serez renversé en les comparant à ce qui est sur le marché aujourd'hui. Je vais les distribuer.

Dans le premier échantillon, vous avez la mise en garde telle qu'elle apparaît aujourd'hui. Dans les deux du bas, vous avez ce qui sera sur le marché d'ici quelques mois.

Dans les premières mises en garde, il y avait quatre avertissements. Dans ce cas-ci il y en aura 16: 8 en noir et blanc et 8 en blanc et noir. Comme vous le voyez, cela aura un effet beaucoup plus percutant que ce que l'on trouve aujourd'hui.

Il serait peut-être judicieux, avant de proposer d'autres règlements, d'attendre pour voir si cela produira des résultats quant à la consommation.

Merci.

Mr. Esch: M. Staley voudrait faire une brève déclaration. Ensuite nous répondrons à vos questions.

Mr. Maurice E. Staley (directeur général, Standard Paper Box): Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, ma société, Standard Paper Box, se spécialise dans la fabrication des emballages de cigarettes. L'industrie de l'emballage a déjà perdu des milliers d'emplois, directement ou indirectement à cause de lois fédérales et provinciales qui visent directement les fabricants de tabac.

La banalisation des emballages de tabac signifiera que Standard Paper Box devra réduire ses effectifs de 50 p. 100. Il s'agit d'employés qualifiés. Les emplois qualifiés et les employés qualifiés sont difficiles à trouver au Canada et cela serait donc une perte grave pour le pays.

En outre, l'immobilisation que nous avons dans un équipement multicolore va être grandement sous-utilisée. Cela va nous empêcher d'investir davantage dans d'autres biens d'immobilisation.

[Texte]

The packaging industry has calculated that approximately 1,100 jobs will be lost if plain packaging is legislated. This is completely at odds with the Liberal government's stated policy of creating more jobs.

The industry is presently suffering heavy expenditures and disruptions to production due to phase two of Bill C-51, which Mr. Esch and Mr. Butterfield mentioned. Yet this is not fully implemented. The effect of this is not known, and it will not be known for another couple of years. Yet here we are talking about legislating plain packaging. It does not make a lot of common sense to me.

It is also very obvious that plain packaging will encourage the proliferation of counterfeit cigarettes in the marketplace, and smuggling. It is also a fact that there are no accurate studies indicating that plain packaging will have any effect in reducing the number of smokers. In fact, there are indications that it may have the opposite effect.

Thank you very much.

• 0945

The Chairman: Thank you, Mr. Staley.

While we are waiting for the witnesses, let me just say to other witnesses that since you only have half an hour each, it's smart to budget your time better than it is being budgeted right now.

We asked our committee to look at the briefs before the meeting; we presume that is the case. We spent the first 15 minutes telling the committee what it already knows, and that leaves you just 15 minutes for questions and answers.

I would hope that witnesses in future will not assume that what has happened in the last few minutes is a precedent. We are not going to have those statements read. We've already read them and we can almost tell you what is in them. Please come prepared to give us a brief summary so we can get on with the questions much sooner than we are getting on with questions during this particular set.

Madam Picard.

Mme Picard (Drummond): Vous nous avez dit que vous appuieriez la campagne anti-tabac. Votre compagnie a-t-elle envisagé une façon de se recycler dans d'autres domaines devant le cas où il y aurait une baisse significative du tabagisme?

Mr. Esch: I said that I do support the goals of the anti-smoking campaign, but at this time there is no evidence that what they are suggesting will work.

What we have done to try to diversify is put together a plan to get more work in the United States. We are putting a proposal together and a package that we will be sending to different companies in the United States. However, we have had limited success in the past at doing this, partly due to the nationalistic attitude of a lot of companies in the States. That is really the only other area we see that we could expand into.

Mr. Hill (Macleod): What sort of information do you feel would be reasonable? I think most people, even those who are directly involved in the tobacco industry, know that the industry...well, I shouldn't say "know". I suppose we all hope that the industry eventually will not flourish and will decrease its activities.

[Traduction]

L'industrie de l'emballage prétend qu'environ 1 100 emplois seront perdus si une loi impose la banalisation de l'emballage du tabac. Cela est contraire à la politique du gouvernement libéral qui cherche avant tout à créer plus d'emplois.

Notre secteur fait face actuellement à des dépenses énormes et à des bouleversements dans sa production à cause de la mise en oeuvre du projet de loi C-51 dont M. Esch et M. Butterfield ont parlé. Ce n'est pas terminé. Le résultat final n'est pas connu et on ne le connaîtra pas encore avant deux ou trois ans. Et voilà que l'on parle maintenant d'un projet de loi sur la banalisation des produits du tabac. Tout cela me paraît insensé.

Il est aussi évident que les emballages génériques vont encourager le commerce de cigarettes de contrefaçon et la contrebande. On sait par ailleurs qu'aucune étude sérieuse n'a démontré que la banalisation des produits du tabac aurait pour effet de réduire le nombre des fumeurs. En fait, on pense que cela pourrait produire l'effet contraire.

Merci beaucoup.

Le président: Merci monsieur Staley.

Pendant que les témoins ajustent leur écouteur, je tiens à rappeler aux autres témoins que, puisqu'ils ne disposent qu'une demi-heure chacun, il serait peut-être judicieux qu'ils répartissent mieux leur temps que dans le cas des premiers témoins.

Nous avons demandé aux membres du comité de prendre connaissance des mémoires avant la séance. On suppose qu'il l'ont fait. Nous venons de consacrer 15 minutes à répéter ce que les membres du comité savent déjà, et cela ne vous laisse plus que 15 minutes pour répondre à nos questions.

J'espère que les témoins qui suivront ne prendront pas exemple sur les premiers. Nous ne tolérerons pas que les déclarations soient lues. Nous les avons déjà lues et nous pouvons vous répéter ce qu'elles contiennent. Soyez donc prêts à nous donner un bref résumé de votre point de vue pour que nous puissions passer aux questions le plus rapidement possible dorénavant.

Madame Picard.

Mrs. Picard (Drummond): You said that you would back up the anti-smoking campaign. Has your company considered a conversion in another sector in case smoking were to decrease considerably?

M. Esch: J'ai dit que j'appuyais les objectifs de la campagne anti-tabac mais dans ce cas-ci rien ne prouve que ce que l'on propose va donner des résultats.

Nous avons essayé de diversifier nos opérations notamment en préparant une stratégie pour obtenir plus de travail aux Etats-Unis. Nous sommes en train de faire les préparatifs pour nous attirer la clientèle de diverses compagnies américaines. Toutefois, cela n'a produit que des résultats limités jusqu'à présent, à cause de l'attitude nationaliste de bien des Américains. C'est seulement de ce côté là que nous pourrions faire grossir notre chiffre d'affaires.

M. Hill (Macleod): Quel genre de renseignements seraient raisonnables? Je pense que la plupart des gens, même ceux qui tirent leur gagne-pain de la fabrication du tabac, savent que... Je ne devrais peut-être pas dire «savent». Je suppose que je devrais plutôt dire que nous espérons tous que ce secteur tôt ou tard va cesser de prospérer et que ses activités vont diminuer.

[Text]

What sort of information would you need and how would you like that information to come forth so that we can say that plain packaging is or is not effective? Like you, I don't think that you embark on something that affects livelihoods if it isn't going to be effective. What kind of information and how would you propose that the information become available so that we can say yea or nay?

Mr. Esch: Mr. Hill, I really think that's the question for you and the committee as to what proof or what evidence you would need. Having read the two studies to date, the Australian study and the Canadian Cancer Society's study, I don't see enough evidence in those two studies to support plain packaging at this time.

Mr. Hill: Would you in fact support one part of our country trying plain packaging? Let's just say we set up an area and did a double-blind study comparing two areas of the country that were fairly similar. Would you support that?

Mr. Esch: That seems like a commonsensical solution for the next step, to see if there is anything to these arguments.

Mr. Hill: If plain packaging were successful, you would accept that, and if it were not successful, you would say to the government "Thank goodness you didn't do it whole hog"?

Mr. Esch: Yes.

• 0950

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Thank you for bringing your concerns to the committee. There are a couple of things I would like to find out about.

First of all, \$73,000 as an average salary is pretty good. I think we would all like to come to work for you.

Mr. Staley mentioned the lack of highly skilled people. I'm sympathetic to the concerns about jobs and the impact on employees, but I think there's a tiny inconsistency here if there is a shortage in the country of these highly skilled types of jobs. I'm curious about the transportability of these people. That is not to say it is my disposition, but I'm curious about that.

In other words, are these people going to be able to secure employment if they're highly skilled and there is the shortage you speak of? I think Mr. Butterfield can speak to that.

Mr. Butterfield: Unfortunately, they are highly skilled but they're highly skilled in a very small area. This is a very specialized process and it's not a job you can pick up just anywhere.

Our company is the largest Canadian gravure solar manufacturer. There are two or three other smaller ones, but they are in a specialized industry themselves. They do wallpaper and specialized coatings perhaps. We are the main company in the packaging industry and there is just nowhere else for them to go.

[Translation]

De quel genre de renseignements avez-vous besoin? Comment voudriez-vous que ces renseignements soient présentés pour que l'on puisse trancher et dire si, oui ou non, la banalisation des produits du tabac est efficace? Tout comme vous, je pense qu'il ne faut pas prendre des mesures aveuglément lorsqu'elles touchent le gagne-pain de bien des gens, sans savoir si elles seront l'efficaces. De quel genre de renseignements avez-vous besoin? Sous quelle forme voulez-vous cette information pour que nous puissions donner un avis favorable ou un avis contraire?

Mr. Esch: Monsieur Hill, je pense qu'il appartient aux membres du comité de déterminer quel genre de preuve est nécessaire. J'ai lu deux études jusqu'à présent, l'étude australienne et l'étude de la Société canadienne du cancer, et dans l'une comme dans l'autre, je ne trouve rien pour l'instant qui milite en faveur de la banalisation des produits du tabac.

Mr. Hill: Est-ce que vous accepteriez que dans une région du Canada on mette les emballages génériques à l'essai? Dans une région, on procéderait à des tests en double aveugle qui permettraient de comparer deux régions du pays assez semblables. Seriez-vous favorable à cela?

Mr. Esch: Il me semble que c'est une solution de bon sens que l'on devrait retenir afin de voir si les arguments avancés sont valables.

Mr. Hill: Si les résultats de la banalisation des produits du tabac étaient probants, vous les accepteriez, n'est-ce pas? Sinon, vous sauriez gré au gouvernement de ne pas avoir agi de façon radicale, n'est-ce pas?

Mr. Esch: C'est cela.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Je vous remercie d'être venu nous exposer vos problèmes. Il y a une ou deux petites choses que j'aimerais savoir.

Pour commencer, un salaire moyen de 73 000\$ ce n'est pas mal. Je crois que nous aimerais tous travailler pour vous.

Mr. Staley a parlé du manque d'ouvriers hautement qualifiés. Quand vous nous parlez de possibilité de pertes d'emploi, je compatis, mais par ailleurs vous nous dites qu'il y a pénurie de main-d'œuvre qualifiée. C'est un peu contradictoire. Ces ouvriers hautement qualifiés ne peuvent-ils pas se déplacer? Je ne dis pas qu'ils le devraient, mais cela m'intrigue.

En d'autres termes, ces ouvriers ne pourront-ils pas retrouver de l'emploi puisqu'ils sont hautement qualifiés et qu'il y a cette pénurie dont vous nous parlez? M. Butterfield pourrait peut-être nous répondre.

Mr. Butterfield: Malheureusement, ils sont hautement qualifiés mais dans un domaine très limité. Ce travail est très spécialisé et il n'y en a pas partout.

Nous sommes le plus gros fabricant de cylindres de gravure du Canada. Il y a deux ou trois autres petits fabricants mais ils sont spécialisés dans d'autres domaines comme le papier peint ou certains matériaux de revêtement, par exemple. Nous sommes le principal fournisseur de l'industrie de l'emballage et il n'y a tout simplement pas de travail pour eux ailleurs.

[Texte]

Mr. Scott: Do you have any other market?

Mr. Butterfield: We do. As we said in the brief, the tobacco industry makes up about 50% to 55% of our business. We also deal a lot in such things as detergent boxes and cookie bags, but they are kind of cyclical. At least the tobacco industry is constantly doing different things.

Mr. Scott: In the written text I have here you ask the committee to at least delay its decision until there's more evidence relative to the new warning labels and so on. You wonder if these labels have any impact. Have you appeared before this committee before or have you taken a public position that the impact of those warning labels is doubtful?

Mr. Esch: There was an article, which I'm sure you have all read, by Mr. Corcoran in *The Globe and Mail* a couple of weeks ago. It showed there has been a rather consistent decline in the number of people smoking in Canada over the last 10 or 15 years. When were the first warning labels brought in?

Mr. Butterfield: I guess it was about 1987.

Mr. Esch: Warning labels were introduced around that time and there has been no noticeable drop in that line on the graph as a result of those warning labels.

Mr. Scott: As a matter of marketing it would seem there is a consistent downward trend. It began, I suspect—I have no expertise in this—when I was in grade school and was told smoking was a bad thing and everyone started to realize it was a bad thing. It strikes me that the message has been simply reinforced over time. I don't think any of the individual initiatives would have had a severe impact. They just sort of built on earlier efforts.

I assume changing the warning labels on the packages involves you.

Mr. Esch: Yes.

Mr. Scott: What's the turnover time to change the packages to accommodate earlier initiatives in terms of the warning labels? How long does it take you to do that?

Mr. Butterfield: Initially industry told the tobacco companies it would take about a year for them to change all their brands. I understand now we're down to six or seven months to do the same job.

Mr. Scott: What's the explanation for the difference?

• 0955

Mr. Butterfield: The explanation for the difference is that they were delayed, for whatever reasons, through designs or their marketing as to how they were going to place the warnings after the government legislation came through—redesigning all their packages.

Mr. Scott: Has there been a delay in the warning process in terms of original intentions by virtue of the turnover time?

Mr. Butterfield: I don't think so. Industry is still shooting to have them on the market. I believe September 12 was the government deadline.

[Traduction]

M. Scott: Vous n'avez pas d'autre marché?

M. Butterfield: Si. Comme nous le disons dans notre mémoire, l'industrie du tabac représente environ 50 à 55 p. 100 de nos activités. Nous travaillons aussi beaucoup à d'autres emballages comme les boîtes de produits détersifs et les paquets de biscuits, mais c'est une activité assez cyclique. L'industrie du tabac, elle, est toujours innovatrice.

M. Scott: Dans votre texte écrit vous nous demandez, au moins de retarder notre décision jusqu'à ce que nous en sachions plus sur l'efficacité des nouvelles formes d'avertissement sur les paquets, etc. Vous nous demandez si ces avertissements auront vraiment un effet. Avez-vous déjà comparé devant ce Comité ou avez-vous déjà mis publiquement en doute l'efficacité de ces avertissements?

M. Esch: Je suis sûr que vous avez tous lu l'article publié par M. Corcoran dans le *Globe and Mail* il y a une ou deux semaines. Selon cet article, le nombre de fumeurs au Canada diminuent de manière constante depuis 10 ou 15 ans. Quand les premiers avertissements ont-ils été imprimés sur les paquets?

M. Butterfield: Aux environs de 1987, je crois.

M. Esch: Le nombre de fumeurs a continué à diminuer mais avec la même constance, sans plus.

M. Scott: Il est évident que sur le plan commercial la diminution est constante. Je crois qu'elle a commencé—je ne suis pas expert en la matière—quand j'étais au primaire et qu'on m'a dit que fumer était mauvais et que tout le monde commençait à se rendre compte que c'était mauvais. Il me semble que le message s'est simplement renforcé avec le temps. Je ne pense pas qu'on puisse l'attribuer à une initiative plutôt qu'à une autre. Il y a eu simplement effet cumulatif.

Je suppose que la modification des avertissements sur les paquets vous concerne.

M. Esch: Oui.

M. Scott: Combien de temps a-t-il fallu quand sont parus les premiers avertissements sur les paquets de cigarettes? Combien de temps est-ce que cela prend?

M. Butterfield: Au départ l'industrie avait dit aux compagnies de tabac qu'il lui faudrait environ un an pour modifier les paquets de toutes les marques. Je crois que maintenant il ne faut plus que six ou sept mois pour faire le même travail.

M. Scott: Comment expliquez-vous cette différence?

M. Butterfield: Parce qu'ils ont mis du temps à décider de l'emplacement de ces avertissements après l'adoption de la loi et parce qu'il fallait repenser toute la conception de la présentation des paquets.

M. Scott: Est-il possible que cela provoque encore des retards cette fois-ci?

M. Butterfield: Je ne pense pas. L'industrie est dans les délais. Je crois que le gouvernement a fixé comme délai ultime le 12 septembre.

[Text]

M. de Savoye (Portneuf): Merci, monsieur le président. Monsieur Esch, ce que j'ai compris de vos propos, c'est d'abord, bien sûr, que votre groupe d'entreprise va perdre un certain nombre d'emplois dont une bonne partie sont des emplois hautement qualifiés. J'ai aussi compris que vous nous rappeliez ce que certains organismes prétendent ou disent au sujet de l'emballage banalisé. Finalement, vous ne croyez pas que cela aura un effet pour réduire la consommation de cigarettes.

Cela dit, monsieur Esch, vous me semblez une personne très raisonnable et, sans aucun doute, vous savez que le tabac est nuisible pour la santé. Par conséquent, vous ne pouvez pas être contre la décroissance de la consommation de cigarettes dans le pays. Il arrivera donc, nécessairement, un jour où votre entreprise verra son chiffre d'affaires baissé dans l'emballage de cigarettes.

Comment votre organisation réagit-elle ou planifie-t-elle cette transition vers une production réduite d'emballage de cigarettes et, espérons-le, vers une production accrue de d'autres types d'emballage.

Mr. Esch: Thank you, Mr. de Savoye. As Mr. Butterfield has said, one of the problems is that we are in a very specialized industry, which makes it difficult to move into other types of packaging.

For example, some of the packaging that you see on the supermarket shelves you might think we would be able to do. Because they are changing the prices very frequently now and they need shorter turnaround times than our section of the industry can provide... many of those packages are done by the litho or flexo process.

So it's a very specialized field, and it's basically for the cigarettes, the cookie bags, beer labels, and that type of thing.

As I said before, we are looking to the States as another market that we could get into. It's unknown at this time how successful we will be in doing that.

Mr. de Savoye: Certainly you do realize that the States will probably enact a tax aspect that will reduce their tobacco consumption as well.

Mr. Esch: Yes.

Mr. de Savoye: I really fear, and probably you do, that all those skilled people who are working for you will eventually be out of a job, because the market is just slipping away.

Have you thought about a transition plan to go into other printing processes and to retrain your employees so they will be employable in other lines? This is a real concern here. If it's not short term, at least the mid-term.

Mr. Esch: Well, it's true that tobacco consumption is declining in North America; however, it is increasing, or at least the tobacco companies are getting a greater share of the market in other parts of the world.

If things don't change in terms of the regulations or legislation with regard to plain packaging, we see the tobacco companies being able to still be profitable and therefore provide us with more business.

[Translation]

Mr. de Savoye (Portneuf): Thank you, Mr. Chairman. Mr. Esch, I understood from what you said that first of all, of course, there will be a loss of highly qualified jobs in your company. You also reminded us of the arguments of some organizations about plain packaging. All things considered, you do not think it will have an impact on smoking.

Having said that, Mr. Esch, you seem to me to be a very reasonable man and you must, undoubtedly, know that tobacco is a serious health hazard. Therefore, you cannot be against a decrease in cigarette smoking in this country. Therefore inevitably the day will come when your company's sales figure from cigarette packaging will go down.

What are your company's plans for a conversion from cigarette packaging to other types of packaging.

Mr. Esch: Merci, monsieur de Savoye. Comme M. Butterfield vient de le dire, un de nos problèmes est que nous sommes très spécialisés ce qui rend difficile la transition vers d'autres types d'emballage.

Par exemple, on pourrait penser que nous pourrions réaliser les emballages qu'on voit sur les étagères des supermarchés. Comme les prix changent très souvent, les délais sont beaucoup plus courts que ce que notre compagnie peut leur offrir et ils font appel à des lithograveurs ou à des flexograveurs.

C'est un domaine très spécialisé dont la clientèle se résume pratiquement aux cigarettes, aux paquets de biscuits, aux étiquettes de bière, et ce genre de choses.

Comme je l'ai déjà dit, nous pensons au marché américain. Mais pour le moment nous n'avons aucune idée de nos chances.

Mr. de Savoye: Vous n'ignorez pas que les États-Unis vont probablement eux aussi proposer des mesures fiscales visant à réduire la consommation de tabac.

Mr. Esch: Non.

Mr. de Savoye: Je crains vraiment, vous aussi probablement, que tous ces ouvriers hautement qualifiés qui travaillent pour vous finiront par perdre leur emploi car le marché est en train de disparaître.

Avez-vous pensé à la possibilité de vous lancer dans d'autres procédés de gravure et à celle de recycler vos employés pour qu'ils puissent trouver du travail ailleurs? C'est une réalité auquel il vous faudra faire face, peut-être pas à court terme, mais au moins à moyen terme.

Mr. Esch: Il est vrai que la consommation de tabac diminue en Amérique du Nord; cependant, elle augmente, ou tout du moins la part de marché des fabricants de tabac dans les autres régions du monde augmente.

Si la réglementation ou la législation concernant les emballages banalisés reste inchangée, nous estimons que les fabricants de tabac pourront continuer à être rentables et par conséquent faire encore plus appel à nos services.

[Texte]

[Traduction]

Mr. de Savoye: Let's hope for all those workers that you'll still have jobs for them, but at the same time let's hope that we will curb tobacco consumption in this country and elsewhere in the world as much as possible. Lives are at stake. I believe you will agree with that.

Mr. Esch: I agree, Mr. de Savoye.

Mr. de Savoye: Thank you, Mr. Esch.

Mr. Esch: It would be the best solution.

• 1000

The Chairman: We're essentially out of time. Mr. Szabo, you have a minute or two if you want to pursue this.

Mr. Szabo (Mississauga South): Let's have some flash questions here. If you were given a certain portion of the package to have some multi-colour, as creative as you want, whether it be the message sign, etc., would that still warrant use of the gravure process?

Mr. Butterfield: Yes.

Mr. Szabo: Marketing. You're talking about highly skilled. Obviously, because we're doing something, those packages are advertising, and advertising has some impact. Do you think, based on your expertise, because you're in the business, that any of the changes any of these manufacturers have made to their packaging have been directed at anything other than market share, i.e., market growth? In your experience has any change to packaging ever been specifically changed to go after new smokers?

Mr. Esch: I can't answer that question. Can you, Michael?

Mr. Butterfield: I suppose all marketing does try to attract new people.

Mr. Szabo: Try? They spend hundreds of millions of dollars on this. Tell me something. Do you have any idea why the smoking of young women has increased so dramatically in recent years?

Mr. Esch: Nothing definite. There are more women out working, more pressures. There are many reasons perhaps.

Mr. Szabo: Pressures, and they see other people smoking.

Mr. Esch: Yes, they see other people smoking.

Mr. Szabo: Do you think it has anything to do with nice, slim packaging, soft colours and neat little things like this—status.

Mr. Esch: I wouldn't know.

Mr. Szabo: Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Do you have a yes/no type of question, Dr. Patry? We're really out of time.

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): Yes, very quickly. Vous nous avez formulé des craintes quant à votre compagnie, des craintes qui sont tout à fait justifiées suite à l'introduction de l'emballage neutre.

Pouvez-vous nous dire, selon votre expérience, si l'influence de l'emballage neutre pourrait avoir un effet sur une recrudescence de la contrebande de cigarettes, avec toutes les conséquences d'une contrebande?

M. de Savoye: Espérons pour tous ces ouvriers que vous continuerez à avoir des emplois pour eux, mais en même temps espérons que nous parviendrons à réduire la consommation de tabac dans notre pays et partout ailleurs dans le monde autant que possible. Il y a des vies en jeu. Je pense que vous êtes d'accord avec moi.

M. Esch: Je suis d'accord avec vous, monsieur de Savoye.

M. de Savoye: Merci, monsieur Esch.

M. Esch: Ce serait la meilleure solution.

Le président: Nous n'avons pratiquement plus de temps. Monsieur Szabo, si vous voulez continuer, je vous accorde deux minutes au maximum.

Mr. Szabo (Mississauga-Sud): Quelques questions rapides. Si on permettait encore quelques couleurs sur une partie du paquet, quelques messages ou dessins créatifs, cela justifierait-il encore le recours à la gravure?

Mr. Butterfield: Oui.

Mr. Szabo: La commercialisation. Vous parlez de gens hautement qualifiés. Il est évident que ces emballages ont un objectif publicitaire et que la publicité a un certain impact. D'après vous, d'après votre expérience, les changements apportés aux emballages par les fabricants ont-ils jamais eu un autre but que d'accroître leur part de marché? Ces changements ont-ils jamais eu d'autres buts que d'accrocher de nouveaux fumeurs?

Mr. Esch: Je ne peux pas vous dire. Vous pouvez, vous, Michael?

Mr. Butterfield: Je suppose que le but de la commercialisation est uniquement d'essayer à attirer de nouveaux clients.

Mr. Szabo: Essayer? Ça leur coûte des centaines de millions de dollars. Dites-moi une chose. Avez-vous une idée de la raison pour laquelle le nombre de jeunes femmes qui fument a augmenté d'une manière spectaculaire ces dernières années?

Mr. Esch: Pas de raison précise. Il y a plus de femmes qui travaillent. Plus de pressions. Il y a peut-être beaucoup de raisons.

Mr. Szabo: Des pressions, et elles voient les autres fumer.

Mr. Esch: Oui, elles voient les autres fumer.

Mr. Szabo: Pensez-vous que cela n'a rien à voir avec les jolis paquets aux couleurs douces—question de prestige.

Mr. Esch: Je ne saurais dire.

Mr. Szabo: Merci, monsieur le président.

Le président: Est-ce que vous avez une question par laquelle on peut répondre par oui ou par non, monsieur Patry? Nous n'avons vraiment plus le temps.

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): Oui, une question très brève. You have expressed concerns about your company, quite legitimate concerns as a result of a shift to plain packaging.

Could you tell us, in your experience, whether plain packaging could have an impact on cigarette smuggling and all its dire consequences?

[Text]

[Translation]

Mr. Esch: Definitely. Yes.

M. Patry: S'il y a une corrélation entre l'augmentation de la contrebande et la facilité de produire des contrefaçons, votre industrie pourrait-elle poser sur les emballages des marques d'identification comme on le fait sur les cartes de crédit?

Mr. Esch: Different types of counterfeit packages would come in. Some would be counterfeit plain packages; others would be the regular type of packages that would be smuggled in from other countries. Whether putting some form of identification on it... In Ontario they tried putting the Ontario marker on the overwraps. I don't believe that solved the smuggling situation.

Mr. Patry: Thank you. Merci.

The Chairman: Thank you. I thank Mr. Esch and his colleagues for coming to this exchange this morning. Thank you very much.

We're going to move on to the next set of witnesses. We're on a very tight timeframe. Members may just want to take about one minute flat to stretch, because the next witnesses have to set up their presentation, I understand.

• 1004

• 1006

The Chairman: Order. We have the Quebec Council on Tobacco and Health. Welcome, Mr. Côté.

M. Denis Côté (bénévole, conseiller en matière de publicité, Conseil québécois sur le tabac et la santé): Bonjour. Nous représentons le Conseil québécois sur le tabac et la santé. Mon collègue est M. François Damphousse, le secrétaire-général, c'est lui qui fera la présentation principale pour le Conseil.

Mon nom est Denis Côté. Je suis responsable, pour le Conseil, des dossiers qui concernent la publicité et la promotion du tabac. Le Conseil québécois est contre la publicité et la promotion du tabac depuis sa fondation en 1976.

Durant la présentation de François Damphousse, il y aura une présentation des panneaux qui sont ici, qui montrent la corrélation entre les paquets de cigarettes tels qu'ils sont actuellement et la publicité qu'en fait les compagnies de tabac par l'intermédiaire de leurs commandites.

Je laisse donc la parole à François Damphousse. Merci.

M. François Damphousse (secrétaire général, Conseil québécois sur le tabac et la santé): Je voudrais, premièrement, remercier le Comité de nous accorder l'honneur de faire notre présentation aujourd'hui.

Le Conseil québécois sur le tabac et la santé est un organisme de santé dont la mission consiste à mobiliser les intervenants québécois autour de l'objectif global de réduction de la consommation des produits du tabac. Le Conseil propose ainsi, d'assurer une meilleure coordination des actions entreprises contre le tabagisme au Québec.

Le Conseil est actuellement formé par les organismes suivants: La Fondation des maladies du cœur du Québec; la division du Québec de la Société canadienne du cancer; l'Association pulmonaire du Québec; l'Association médicale du

M. Esch: Absolument. Oui.

M. Patry: If the availability of counterfeit cigarettes encourages smuggling, could your industry put identification markers on the packages as it is being done on credit cards?

M. Esch: Il y aurait toutes sortes de contrefaçons. Il y aurait des contrefaçons de paquets banalisés et il y aurait des paquets réguliers qui viendraient en contrebande d'autres pays. Quant à poser des marques d'identification... En Ontario ils ont essayé d'apposer cette identification sur les enveloppes en cellophane. Je ne pense pas que cela ait réglé le problème de la contrebande.

M. Patry: Merci. Thank you.

Le président: Merci. Je remercie M. Esch et ses collègues d'être venus nous parler ce matin. Merci beaucoup.

Nous allons passer à la série suivante de témoins. Notre horaire est très serré. Vous pouvez vous détendre les jambes pendant une minute car je crois que les témoins suivants ont quelques panneaux de présentation à mettre en place.

Le président: Silence. Nous recevons le Conseil québécois sur le tabac et la santé. Monsieur Côté, soyez le bienvenu.

Mr. Denis Côté (Volunteer, advertising consultant, Quebec Council on Tobacco and Health): Good morning. We represent the Quebec Council on Tobacco and Health. My colleague is Mr. François Damphousse, the Secretary General and he will be the one to make the main presentation to the Council.

My name is Denis Côté. I am in charge of all matters related to the advertising and the promotion of tobacco. The Quebec Council has been against the advertising and the promotion of tobacco since its foundation in 1976.

François Damphousse's presentation will be accompanied by a display that shows the interrelation between the cigarette packages today and the way in which they are used as advertising vehicles by the tobacco companies through their sponsorships.

I therefore give the floor to François Damphousse. Thank you.

Mr. François Damphousse (Secretary General, Quebec Council on Tobacco and Health): First of all, I would like to thank the Committee for the privilege of making this presentation today.

The Quebec Council on Tobacco and Health is a health organization whose mandate is to mobilize concerned persons in Quebec around the overall objective of reducing the use of tobacco products. In this way, it hopes to ensure better coordination of action against tobacco use in Quebec.

At present, the Council includes the following organizations: Heart and Stroke Foundation of Quebec; Canadian Cancer Society, Quebec Division; Quebec Medical Association; Association of French-speaking Physicians; Oral

[Texte]

Québec; l'Association des médecins de langue française; l'Ordre des pharmaciens du Québec; l'Ordre des infirmières et des infirmiers du Québec; la Direction de la santé publique de la Montérégie; l'Association des églises adventistes du 7^{ème} jour du Québec; le Centre Vivre mieux sans fumer; l'Association des centres jeunesse du Québec; la Confédération des éducateurs et des éducatrices physiques du Québec; et l'Unité de santé publique de Lakeshore.

Conscient de l'impact de la publicité sur les habitudes de consommation de la population, le gouvernement fédéral a adopté la Loi réglementant les produits du tabac, visant à interdire graduellement toutes formes de publicité sur les produits du tabac, et ce dans le but de réduire le tabagisme. Il est important de mentionner que cette loi a été approuvée à l'unanimité par le Parlement canadien en 1988. Cependant, l'article 6(1) de cette loi permet l'utilisation du nom intégral du fabricant ou de l'importateur d'un produit du tabac sans toutefois y associer un produit du tabac dans toute publicité au public qui vise la promotion d'un événement culturel ou sportif. Cette mesure a été introduite suite à la demande des organisateurs des principaux événements culturels et sportifs pour conserver les compagnies de tabac comme commanditaire.

Les compagnies de tabac ont profité de cette ouverture pour fonder des corporations portant les noms de leurs paquets de cigarettes tels que Du Maurier Ltée ou Player's Ltée. Ces corporations profitent ainsi des besoins financiers des organisateurs d'événements culturels et sportifs afin de mettre sur pied une campagne publicitaire monstre où apparaît partout et pendant longtemps les noms et les couleurs des paquets de cigarettes, et ce malgré l'esprit de la loi qui interdit toute forme de publicité sur les produits du tabac.

Le public, plus particulièrement les jeunes, rejoint par cette forme de publicité associe ainsi le tabac au sport, à la culture, à la beauté, aux vedettes et à la richesse. Vous remarquerez qu'il n'y a aucune mention de cigarettes sur les affiches publicitaires. Par contre, les noms comme Player's, Export «A» ou Du Maurier sont bien connus du public et continuent ainsi de l'être avec cette forme de publicité.

Nous vous prions de constater, à l'aide des montages que nous avons mis à votre disposition et ceux qui sont ici, à quel point cette forme de publicité fait valoir les marques de cigarettes.

Je vais laisser la parole à M. Denis Côté, simplement pour vous montrer les associations entre les paquets et la publicité que l'on retrouve dans la région de Montréal.

M. Côté: Monsieur le président, voulez-vous que j'aille au tableau ou que j'amène les panneaux ici?

Le président: Non, il n'y a pas de problème.

[Traduction]

Pharmacists of Quebec; Quebec Order of Nurses; Montérégie Region Public Health Directorate; Quebec Conference, Seventh Day Adventist Church; Center for Living Better without Smoking; Quebec Association of Youth Centers; Quebec Confederation of Physical Educators; Lakeshore Public Health Unit.

Aware of the impact of advertising on public consumer habits, the federal government passed the Tobacco Products Control Act, the purpose of which is to phase out all forms of tobacco product advertising in order to reduce tobacco use. It should be noted that this Act was passed unanimously by the House of Commons in 1988. However, sub-section 6(1) of this Act allows the full name of the manufacturer or importer of a tobacco product—otherwise than in association with a tobacco product—to be used in any public advertising aimed at promoting a cultural or sports event. This measure was introduced at the request of organizers of major cultural and sports events to enable them to keep tobacco companies as sponsors.

Tobacco companies have taken advantage of this loophole to set up corporations bearing the names of their cigarette packages, for example, Du Maurier Ltd and Player's Ltd. In this way, these corporations take advantage of cultural and sports events organizers' financial needs in order to set up vast advertising campaigns that involve widespread and lengthy exposure of the names and colors of the cigarette packages, despite the spirit of the Act, which bans all forms of tobacco product advertising.

The members of the public, especially young people, whom this kind of advertising reaches thus associate tobacco use with sports, culture, beauty, stars and wealth. You will note that there is no mention of cigarettes on the advertising posters. On the other hand, names like Player's, Export A and Du Maurier are well-known by the public and continue to be well-known thanks to this form of advertising.

We ask you to note, from the organization of these campaigns, and from what you can see here, the extent to which this form of advertising places cigarette brands in the public eye.

I will give the floor to Mr. Denis Côté just to show you the interrelation between the packaging and the advertising that is to be found in the Montreal area.

Mr. Côté: Mr. Chairman, do you want me to go to the board or shall I bring the display here?

The Chairman: No, that's no problem.

• 1010

M. Côté: Donc, il y a six panneaux. Ce sont les six principales commandites que l'on retrouve actuellement au Québec.

Cinq des six sont des commandites d'Imperial Tobacco dont le premier à gauche: le jazz Du Maurier. Toute la publicité du festival de jazz, les événements Du Maurier, sont faits aux couleurs et selon un lettrage similaires à ceux du paquet Du

Mr. Côté: So, the display consists of six boards. These are the six main sponsorships they presently have in Quebec.

Five of the six are Imperial Tobacco sponsorships starting with the first one to the left: Du Maurier Jazz. All the jazz festival publicity and Du Maurier events are done up with colours and lettering similar to those on the Du Maurier pack.

[Text]

Maurier. Donc, même si la publicité des cigarettes est actuellement illégale depuis plusieurs années, la compagnie Imperial Tobacco réussit à annoncer son paquet de cigarettes par l'intermédiaire de commandites qui portent les noms et les couleurs du paquet.

Ensuite, vous avez le panneau de la Fondation mode Matinée. Imperial Tobacco essaie donc d'associer la cigarette Matinée aux femmes. D'ailleurs sur les deux panneaux qui sont ici, celui de la Fondation mode montre un dame sur l'affiche et l'autre a trait au tennis féminin. Ce sont deux activités à l'image de la femme. Pour les deux, toute la publicité se fait selon des couleurs similaires au paquet et le mot «matinée» ressemble à celui du paquet.

L'autre panneau, c'est encore du tennis. Donc, le tennis est très choyé dans la publicité du tabac. Le tournoi masculin porte le nom et les couleurs Player's, et le tournoi féminin porte le nom et les couleurs Matinée. D'une année à l'autre, le stade York, à Toronto, est transformé et décoré aux couleurs et aux lettrages des paquets de cigarettes.

Pour terminer avec Imperial Tobacco, le dernier panneau représente les courses d'autos sport Player's, où c'est encore les couleurs du paquet de cigarettes qui se retrouvent dans toute la publicité et, habituellement, le gros de la publicité, c'est le nom et la couleur. Lorsque quelqu'un voit le mot Player's dans un dépanneur, il ne pense pas du tout à la course d'autos, il pense évidemment à ses cigarettes. Lorsqu'un dépanneur affiche le mot Player's en bleu, ce qu'il veut dire c'est: «Ici, on est fier de vendre des cigarettes», Player's notamment. C'est le message qui est donné et celui qui est vu. Cela n'a vraiment aucun rapport avec la course d'automobiles. D'ailleurs, les magasins sont payés pour avoir ces affiches-là.

Le dernier panneau, c'est celui de la compagnie Rothman, Benson & Hedge qui commandite le feu d'artifice Benson & Hedge dans plusieurs villes canadiennes. Donc, toute la publicité est comme l'agrandissement du paquet de cigarettes. Je redonne la parole à mon collègue.

M. Damphousse: Il est évident que la publicité des marques de cigarettes est un facteur qui encourage le tabagisme. Le simple bon sens nous indique que les compagnies de tabac ne dépenserait pas encore des millions de dollars sur la publicité, sous forme de commandite, si celle-ci n'était pas un moyen efficace afin de recruter de nouveaux consommateurs ou de convaincre les fumeurs que le tabac est un produit normal de consommation.

Il est difficile d'évaluer objectivement l'impact de la publicité des compagnies de tabac en Amérique du Nord. Toutefois, une enquête du *Reader's Digest*, publiée en avril 1993, a révélé une augmentation de la consommation des produits du tabac chez les adolescents de l'ordre de 13 à 24 p. 100 en quelques années lorsque les compagnies de tabac américaines sont parvenues à percer des marchés de certains pays asiatiques, tels que le Japon et la Thaïlande.

Pour plus d'information à ce sujet, nous vous suggérons également de regarder le reportage enregistré sur la cassette vidéo que nous mettons à votre disposition.

Les augmentations de la consommation des produits de tabac, observées dans ces pays, suggèrent que les campagnes de publicité sur les produits du tabac ciblent plus particulièrement les jeunes. Selon le rapport du U.S. Surgeon General, peu de

[Translation]

So even if cigarette advertising has actually been illegal for several years, Imperial Tobacco manages to advertise its cigarette packs through sponsorships that use the brand names and the colours on the package.

Then, you have the Matinée Fashion Foundation board. Imperial Tobacco uses this to try to associate Matinée cigarettes with women. As you can see on the two boards here, the Fashion Foundation one shows a woman and the other one promotes women's tennis. These are two activities involving an image of women. In both cases, all the advertising is done using colours similar to the pack and the word "matinée" bears a resemblance to the one on the pack.

On the other board we have tennis again. So tennis is a darling of the tobacco advertisers. The men's tournament uses the name and colours of Player's and the women's tournament uses the name and colours of Matinée. Every year, Toronto's York Stadium undergoes a transformation and gets decorated with the colours and letters seen on cigarette packs.

To wind down with Imperial Tobacco, the last board depicts Player's sports car races where the cigarette pack colours are used again in the advertising and usually the major part of that advertising is the name and the colour. When you see the word Player's in a corner store you don't think car races, of course, you just think cigarettes. When the corner store hangs up the word Player's in blue, what's meant is: "We're proud to sell cigarettes here", Player's of course. That's the message given and that's the message received. It really has nothing to do with car racing. And in any case, the stores are paid to put up those advertising posters.

The last board is from the Rothman company, Benson & Hedges who sponsors the Benson & Hedges fireworks in several Canadian cities. So all the advertising is basically a blowup of a cigarette pack. I'll give the floor back to my colleague.

M. Damphousse: It is clear that cigarette brand advertising is a factor that encourages tobacco use. Plain common sense tells us that tobacco companies would not still be spending millions of dollars on advertising in the form of sponsorships if this advertising were not an effective means of recruiting new consumers or convincing smokers that tobacco is a consumer product like any other.

It is hard to assess objectively the impact in North America of advertising by tobacco companies. Nevertheless, an investigation published by *Reader's Digest* in April 1993, showed 13% to 24% increases in tobacco product consumption among teenagers over a few years, when American tobacco companies managed to penetrate markets in certain Asian countries such as Japan and Thailand.

We also suggest that, for more information, you view the videocassette report we are making available to you.

The increases in tobacco product consumption observed in these countries suggest that tobacco product advertising campaigns target young people in particular. According to the report of the U.S. Surgeon General, few people begin smoking

[Texte]

gens commencent à fumer après l'âge de 20 ans. Pour renouveler sa clientèle, l'industrie du tabac doit donc recruter de nouveaux consommateurs parmi la population des jeunes de 19 ans et moins.

L'industrie du tabac a toujours nié une telle pratique. L'industrie du tabac déclare plutôt que l'objectif de leur campagne publicitaire consiste à encourager les fumeurs actuels à changer de marques de cigarettes.

Cependant, Pollay et Lavack (1992) ont effectué une revue de littérature sur l'ensemble des documents de l'industrie du tabac qui sont devenus des éléments de preuve dans le débat juridique sur la Loi réglementant les produits du tabac. Ces documents révèlent que l'industrie du tabac a effectué des études sur les comportements des jeunes afin de mieux planifier leurs stratégies de marketing.

En commanditant aujourd'hui des événements culturels et sportifs, tels que des courses automobiles, les compagnies de tabac continuent à rejoindre les jeunes.

Considérant l'impact majeur de la consommation du tabac sur la santé de la population, il faut absolument intervenir pour limiter au maximum la visibilité et, par voie de conséquence, la consommation des produits du tabac.

• 1015

En adoptant les paquets génériques, le gouvernement disposerait ainsi d'une mesure efficace pour contrer la pratique des compagnies de tabac de mettre sur pied des campagnes de publicité sur leurs produits du tabac à partir des commandites des événements culturels et sportifs.

En effet, les compagnies de tabac ne disposeraient plus des logos et des couleurs qui leur permettent actuellement de créer des associations entre les affiches de promotion des événements et les paquets de leurs principales marques de cigarettes. Par conséquent, cette mesure réduirait énormément la visibilité de leurs produits du tabac comme le prévoyait initialement la Loi réglementant les produits du tabac.

Le Conseil québécois sur le tabac et la santé appuie également les résultats de l'étude récente du centre de la promotion de la santé de l'Université de Toronto—qui a été financée par la Société canadienne du cancer—portant sur les effets des paquets de cigarettes génériques auprès des adolescents. Les résultats de cette étude démontrent clairement que les paquets de cigarettes génériques constituent un moyen efficace pour décourager les adolescents à commencer à fumer.

Le Conseil québécois sur le tabac et la santé recommande donc au Comité permanent de la santé, l'adoption des paquets génériques pour contrôler la consommation des produits du tabac. À l'exception de la marque des cigarettes, les paquets génériques doivent être identiques pour tous les produits du tabac vendus au Canada.

Il est également important que la couleur et le lettrage utilisés sur ces paquets n'incitent aucunement les gens à commencer ou à continuer de fumer. Ces paquets doivent évidemment être dépourvus de toutes formes de logos associés aux marques de cigarettes.

Finalement, il ne faut pas oublier les messages de santé ainsi que les contenus en nicotine et en goudron.

Pour conclure, l'équipe fédérale qui travaille à la rédaction du rapport du U.S. Surgeon General sur le tabac, dispose actuellement de plus de 55 000 documents sur les conséquences du tabagisme sur la santé. Toute cette littérature démontre qu'il

[Traduction]

after 20 years of age. In order to renew its client base, then, the tobacco industry must recruit new consumers among the population 19 years of age and younger.

The tobacco industry has always denied such practices, stating that the objective of their advertising campaigns is, instead, to encourage people who already smoke to change brands.

However, Pollay and Lavack (1992) carried out a review of the literature covering all documents from the tobacco industry, which have become evidence in the legal debate over the Tobacco Products Control Act. These documents show that the tobacco industry carried out studies on young people's behaviour so that they could plan their marketing strategies better.

By sponsoring cultural and sports events such as car races today, tobacco companies continue to reach young people.

Considering the major impact of tobacco consumption on public health, action is absolutely necessary in order to limit, as much as possible, the visibility and therefore the consumption of tobacco products.

• 1015

With generic packaging the government, would have an effective means of countering tobacco companies' practice of setting up campaigns to advertise their tobacco products on the basis of sponsorships of cultural and sports events.

Indeed, tobacco companies would no longer have available the logos and colours that now allow them to create associations between the posters promoting cultural and sports events and the packaging of their main brands of cigarettes. This measure would thus greatly reduce the visibility of their tobacco products, as initially provided for in the Tobacco Products Control Act.

The CQTS also supports the results of the recent study carried out by the Health Promotion Center of the University of Toronto—funded by the Canadian Cancer Society—on the effects of generic cigarette packaging among teenagers. The results of this study clearly show that generic cigarette packaging is an effective means of discouraging teenagers from starting to smoke.

The CQTS therefore recommends that the Standing Committee on Health adopt generic packaging to control the consumption of tobacco products. Except for the brand names, generic packaging should be identical for all tobacco products sold in Canada.

It is also important that the colour and lettering used on these packs do nothing to encourage people to start or continue to smoke. Obviously, these packs must not bear any kind of logo associated with cigarette brands.

Lastly, the health messages and the nicotine and tar contents of the cigarettes should not be left off these packs.

In conclusion, the federal team working on the report of the U.S. Surgeon General on tobacco use has over 55,000 documents on the consequences of tobacco use on health. All these documents show that there certainly is an undeniable link

[Text]

existe effectivement un lien indéniable entre le tabagisme et plusieurs maladies graves. Ce lien est tellement évident qu'on ne se pose même plus la question aujourd'hui à savoir si le tabagisme est le facteur prépondérant au déclenchement de ces maladies.

La recherche est plutôt orientée maintenant vers la compréhension des mécanismes physiologiques perturbés par la fumée du tabac et sur la découverte d'un lien possible entre le tabagisme et d'autres maladies qu'on ne croyait pas, jusqu'à présent, associées à ce facteur.

Il est donc impératif pour la santé de la population canadienne que le gouvernement adopte toute mesure efficace pour contrôler la consommation de ce produit mortel. Le Conseil québécois sur le tabac et la santé est convaincu que les paquets génériques représentent une telle mesure. Je vous remercie beaucoup.

Le président: Merci, monsieur Damphousse. Mme Picard, suivie de Mme Chamberlain.

Mme Picard: Pour avoir mené une petite enquête dans mon environnement, les jeunes m'ont dit que les adolescents achètent les cigarettes, à l'unité, chez le dépanneur. Je parle des plus jeunes, âgés d'environ 12 ans. Le paquet de cigarettes, plus il sera laid, plus on va en faire un «In». Ne croyez-vous pas que, en adoptant l'emballage neutre, on assistera à une production d'articles comme on en a déjà vus, il y a une quinzaine d'années, alors que les gens achetaient des articles comme des boîtes en métal de couleur ou pour faire un peu plus sophistiqué? Les compagnies de tabac, même si on impose l'emballage neutre, n'auront-elles pas des présentoirs où sera identifiée la marque?

M. Côté: Je vais laisser mon ami et collègue répondre votre question.

M. Damphousse: En ce qui concerne les présentoirs, comme vous le savez, les dépanneurs à travers tout le pays, sont actuellement rémunérés pour étailler les paquets de cigarettes. C'est une des façons que l'industrie du tabac a trouvée pour contourner la loi.

Pourquoi font-ils ça? C'est que les couleurs diffèrent d'un paquet à l'autre. Si les paquets étaient tous de la même couleur, cela serait beaucoup moins intéressant pour les compagnies de cigarettes de payer les dépanneurs pour afficher leurs paquets. Si l'on retrouve simplement le mot «Du Maurier» écrit en petit avec «Fumer peut vous tuer» en gros, ce n'est pas tellement valable de payer très cher pour en afficher 60 comme cela puisque cela ne les distingue pas d'une marque à l'autre.

En ce qui concerne les emballages chics de métal, il en est sorti beaucoup durant la crise de la contrebande, mais c'est peut-être 10 à 15 p. 100 des fumeurs qui s'en sont procurés. La plupart des gens se contentaient du paquet qui était offert et le paquet générique ne sera vraiment pas affreux, une honte, ce sera tout simplement quelque chose de neutre.

• 1020

Je ne pense pas que les gens voudront s'en défaire parce que c'est neutre, c'est simplement que cela n'accrochera pas autant l'oeil, ne sera pas aussi séduisant et ne pourra pas être associé à toutes sortes de publicités contournées comme on l'a expliqué plus tôt.

Pour répondre également à votre question sur la vente de cigarettes à l'unité, on travaille actuellement avec le gouvernement du Québec pour que la Loi interdisant la vente de tabac aux mineurs interdise effectivement la vente de tabac

[Translation]

between tobacco use and several serious diseases. This link is so clear that the question of whether tobacco use is the major factor leading to these diseases is no longer even raised.

Instead, research is now directed toward understanding the physiological mechanisms that are disrupted by smoking tobacco, and toward discovering a possible link between tobacco use and other diseases that, until now, were not believed to be associated with tobacco use.

Thus it is imperative for the health of Canadians that the government take any measure that will effectively control consumption of this deadly product. The CQTS is convinced that generic packaging is such a measure. Thank you very much.

The Chairman: Thank you, Mr. Damphousse. Mrs. Picard followed by Mrs. Chamberlain.

Mrs. Picard: I sort of poked around a bit and the kids told me that cigarettes are sold to teens in units of one at the corner store. I mean the younger kids, about 12 years old. The uglier the pack of cigarettes, the more "in" it will be. Don't you think that if generic packaging is used, there'll be a resurgence of articles like they had about 15 years ago when people bought things like gold coloured cigarette cases to look a bit more sophisticated? Even if generic packaging is imposed, won't the tobacco companies have display cases identifying the brand?

Mr. Côté: I'll let my friend and colleague answer your question.

Mr. Damphousse: As far as display cases go, you know that corner stores across the country right now are being paid to display cigarette packs. That's one of the ways the tobacco industry has found to get around the legislation.

Why do they do that? It's because the colours are different from one pack to the other. If the packs were all the same colour, there would be a lot less incentive for the cigarette companies to pay the store keepers to display the packs. If you simply had the word "Du Maurier" in small lettering with "Smoking can kill you" using big lettering, then it's not really worth it to pay a lot of money to display 60 of those packs because you can't tell one brand from another.

As for those chic cigarette cases, a lot were sold when cigarettes were being smuggled, but it's only about 10 to 15% of all smokers who bought them. Most people were happy with the pack the cigarettes came in and a generic pack wouldn't really be an ugly or shameful sight, just something neutral.

I don't think people will want to get rid of them because they're neutral, it's just that it won't be as eye-catching or as seductive and they won't be able to use all that advertising to get around the legislation as was explained earlier.

To also answer your question on cigarettes sold singly, right now we're working with the Quebec government so that the act forbidding the sale of tobacco to minors will prevent tobacco being sold in unit form and that there will also be an inspection

[Texte]

[Traduction]

sous forme d'unité, et qu'il y ait également un système d'inspection pour assurer que les dépanneurs ne procèdent pas de cette façon-là car, actuellement, même s'il existe une législation, il faut qu'il y ait un système d'inspection pour s'assurer que ces gens-là respectent la loi.

On demande également au gouvernement du Québec de faire une campagne de promotion pour informer les dépanneurs des effets néfastes de la cigarettes et de les empêcher de vendre du tabac à l'unité.

Donc, on espère que cette loi, qui devrait être déposée au début du mois de mai, sera suffisamment renforcée pour que les dépanneurs fassent attention de ne pas vendre du tabac à l'unité.

Mme Picard: Ne croyez-vous pas que c'est un peu utopique? Je sais qu'on a adopté une loi pour interdire la vente de cigarettes aux moins de 18 ans et, si vous allez dans les dépanneurs, vous constaterez qu'on ne prend pas la peine de demander la carte d'identité aux adolescents afin de s'assurer qu'ils ont effectivement plus de 18 ans. Donc, de qui relèvera l'inspection pour s'assurer que les dépanneurs ne vendent pas de cigarettes à l'unité? Cette inspection relèvera-t-elle des autorités municipales, de la Sûreté du Québec ou de la Gendarmerie royale du Canada? Cela me surprendrait.

M. Damphousse: À ce niveau-là, je sais que le ministère de la Santé et des Services sociaux, dans le projet pour faire renforcer la loi, mettra sur pied une équipe d'inspecteurs qui coordonneront leurs efforts avec les forces policières pour faire en sorte qu'il y ait des *spot checks* parmi les dépanneurs pour s'assurer que la loi est respectée.

C'est une mesure à laquelle on tenait beaucoup et pour laquelle on a débattu beaucoup avec le ministère de la Santé. Il faut s'assurer que cette loi ait des dents et que les gens n'aient pas recours à cette pratique de vendre du tabac aux mineurs.

Il est certain qu'il y aura toujours des contrevenants à toute loi. Nous nous sommes donnés un cadre de travail et nous espérons que cela aura un impact. Il s'agit simplement de voir si cette mesure-là va effectivement fonctionner.

Mme Picard: Merci.

Mrs. Chamberlain (Guelph—Wellington): First of all, I think I would like to make the statement that there is definitely no question in my mind that advertising and packaging does play a role in cigarette use and sales. Having said that, there is a population that we have in Canada today and they are our illiterates. I don't know if your group has given any thought to this group, but one out of every four Canadians does experience some form or problem of illiteracy.

As your group is advocating having identical printing on each and every package, it would make it very difficult for this particular sector of people who perhaps would like to... First of all, smoking is a legal activity at this point in time. If they wish to smoke but would like to smoke cigarettes with less tar and nicotine content, they would have no way of being able to distinguish the packages of cigarettes, one that would contain a lesser percentage of the nicotine and tar levels from another.

system to ensure that the corner storekeepers won't do it because, right now, even though there is legislation, there has to be some sort of inspection system to make sure that those people don't break the law.

We're also asking the Quebec government to undertake an advertising campaign to inform the storekeepers of the harmful effects of cigarettes and prevent them from selling tobacco in a unit form.

So we hope that this legislation which should be tabled at the beginning of May will be sufficiently reinforced so that the dépanneurs will be careful not to sell unit tobacco.

Mrs. Picard: Isn't that wishful thinking? I know that a law was passed to forbid the sale of cigarettes to the under 18 year old crowd but if you go to a corner store you'll find that no one bothers asking for a teen's I.D. card to make sure that they are over 18. So who will be doing the inspecting to make sure the dépanneurs don't sell cigarettes one at a time? Will the inspection be the responsibility of municipal authorities, the *Sûreté du Québec* or the RCMP? I'd be astonished.

Mr. Damphousse: At that level, I know that the Department of Health and Social Services, in the project to toughen the law, will be setting up a team of inspectors who will coordinate their efforts together with police forces to initiate spot checks at these corner stores to make sure they obey the law.

We were very adamant about that and made strong representations to the Department of Health. We must make sure that the law has teeth and that people don't use that method to sell tobacco to minors.

Of course, there will always be someone to break the law. We mapped out a plan and we hope it will have an impact. We simply have to see if that particular scheme will work.

Mrs. Picard: Thank you.

Mme Chamberlain (Guelph—Wellington): Tout d'abord, j'aimerais dire que je suis sûre que la publicité et l'emballage jouent un rôle dans l'usage et la vente des cigarettes. Cela dit, le Canada compte aujourd'hui toute une population d'analphabètes. Je ne sais pas si votre groupe a pensé à eux, mais un Canadien sur quatre connaît des problèmes d'analphabétisme plus ou moins sérieux.

Votre groupe préconise un lettrage identique pour tous les paquets et il serait donc très difficile pour ces gens, précisément, qui aimeraient peut-être... Tout d'abord, fumer est tout à fait légal aujourd'hui. S'ils désirent fumer mais qu'ils préfèrent fumer des cigarettes contenant moins de nicotine et de goudron, ils ne pourraient absolument pas faire la différence entre les divers paquets de cigarettes et savoir lequel contiendrait un pourcentage moindre de nicotine et de goudron par rapport à l'autre.

[Text]

I'm wondering what your group has thought about or what would they consider for this particular group of Canadians. We have many Canadians who, if we go to identical printing, could not be selective in the brands they would smoke, and I do appreciate that you wish all Canadians would not smoke, but that isn't the case, so let's deal with the reality of the situation.

Mr. Damphousse: To answer that question, right now how are they able to differentiate between the packages we see now, which ones have such a level of tar, such a level of nicotine? They have to read it on the pack. We say with generic packaging you should still have the levels of nicotine and tar written on the package. What would happen with the generic packaging wouldn't change a bit from what it is right now. They would have to ask somebody to tell them the level of tar and nicotine in the pack. We are asking that those levels still be written on generic packaging. They should get their information from the people who sell cigarettes.

[Translation]

Je me demande si votre groupe a pensé à ces gens ou quelle mesure vous pourriez préconiser pour ces Canadiens. Il y a beaucoup de Canadiens, si le lettrage devait être identique, qui ne sauraient choisir quelle marque ils préfèrent fumer et je comprends que vous préféreriez que les Canadiens ne fument pas. Mais, ce n'est pas le cas, alors soyons réalistes.

M. Damphousse: Je vais répondre à cette question. Comment ces gens-là font-ils maintenant pour faire la différence entre les divers paquets à savoir lesquels ont telle teneur en goudron ou en nicotine? Ils doivent lire ces renseignements sur le paquet même. Avec la banalisation de l'emballage, les renseignements concernant la teneur en nicotine et en goudron se trouveraient toujours sur le paquet. La même chose se produira avec le paquet banalisé qui se produit actuellement avec le paquet de ce qu'ils fument, c'est-à-dire qu'ils devront demander à quelqu'un de leur lire les renseignements sur le paquet concernant la teneur en nicotine et en goudron. Nous demandons que cette teneur figure sur les paquets banalisés. Les gens pourront obtenir les renseignements auprès des vendeurs de cigarettes.

• 1025

Mrs. Chamberlain: If I could say, you are quite wrong on that. The reality is that people who are illiterate cannot read numbers, figures, or letters, so they don't know. If they wish to search it out, they know because someone has said just exactly what you have shown here. A Players package is blue and white. This is what it looks like, and if you smoke that particular brand, it is less dangerous to your health than another brand. So you are quite wrong in what you are saying. They cannot read the numbers.

My concern is that if we go to identical packaging, we are going to leave completely out a sector of Canadians who perhaps would like to be more selective in their smoking.

Mr. Damphousse: What I don't understand is how they do it with the packages today because they have to read it anyway to see the levels of tar and nicotine.

Mrs. Chamberlain: No, they do not. They look at the packaging. That's how they tell. I worked in literacy for a long, long time.

Mr. Damphousse: I cannot answer that question because, for me, you can see a package in a promotion saying that it has less tar or nicotine, but some packs actually contain more. So how can they tell the difference?

Mrs. Chamberlain: By the packaging. That's the only way they can tell.

Mr. Chair, I just want to put that on the record for the committee because we do not want to leave a sector of Canadians out in the cold on this issue if they choose to smoke differently. Thank you.

M. de Savoye: Ce que j'ai retenu en particulier de votre intervention, messieurs Côté et Damphousse, c'est que l'emballage banalisé ciblerait particulièrement les jeunes, en prévenant qu'ils entrent dans ce marché, en éliminant un

Mme Chamberlain: Permettez-moi de vous dire que vous vous trompez absolument. La réalité, c'est que les analphabètes ne peuvent lire ni les chiffres ni les lettres alors ils ne savent tout simplement pas. S'ils veulent se renseigner, ils le savent parce que quelqu'un leur a dit exactement ce que vous venez de montrer ici. Un paquet de Players est bleu et blanc. Voilà à quoi il ressemble et si vous fumez cette marque précise, c'est moins dangereux pour votre santé qu'une autre marque. Vous êtes tout à fait dans l'erreur. Ils ne savent pas lire les chiffres.

Ce qui m'inquiète, avec l'emballage banalisé, c'est que nous allons laisser pour compte tout un groupe de Canadiens qui voudraient peut-être choisir un peu plus minutieusement ce qu'ils fument.

M. Damphousse: Ce que je ne comprends pas c'est comment ils se débrouillent avec les paquets actuels, puisqu'ils doivent les lire de toute façon pour y trouver la teneur en goudron et en nicotine.

Mme Chamberlain: Non, absolument pas. Ils n'ont qu'à regarder le paquet. C'est comme ça qu'ils savent. J'ai travaillé pendant très longtemps dans le secteur de l'alphabetisation.

M. Damphousse: Je ne puis répondre à cette question parce que, à mon avis, dans une promotion on peut vous dire que tel paquet contient moins de goudron ou de nicotine, mais en réalité certains paquets en contiennent plus. Comment peuvent-ils faire la différence?

Mme Chamberlain: Grâce à l'emballage. C'est la seule façon pour eux de faire la différence.

Monsieur le président, je veux tout simplement que ce soit consigné au compte-rendu du comité parce que nous ne voulons laisser pour compte tout un groupe de Canadiens s'ils décident de fumer différemment. Merci.

M. de Savoye: What I mainly understood of what you said, Mr. Côté and Mr. Damphousse, is that generic packaging would mainly target youth and by providing no incentive for them to jump into that market simply by eliminating some of

[Texte]

[Traduction]

certain attrait par cet emballage. Ce que j'ai aussi compris, c'est que l'industrie du tabac est probablement la seule industrie qui tue ses clients, au rythme de 100 par jour au Canada, et qui doit sans cesse en trouver de nouveaux, et pour cela, il faut le faire chez les jeunes.

Ce qui m'amène à vous poser la question suivante: connaissez-vous des études qui démontreraient, par des recherches, qu'il y a vraiment une corrélation entre l'emballage banalisé et le fait que les jeunes n'entreront pas dans le marché? Je ne parle pas des gens qui fument déjà mais des nouveaux fumeurs.

M. Damphousse: C'est pour cela que le Conseil québécois sur le tabac et la santé appuie l'étude qui a été faite par le centre de promotion de la santé de l'Université de Toronto, qui a été financée par la Société canadienne du cancer.

C'est la seule étude que je connaisse sur ce sujet-là. Malheureusement, nous ne disposons pas des ressources financières suffisantes pour entreprendre ou engager une équipe pour entamer une étude sur cette question-là. Je le regrette. C'est la seule étude et c'est pour cela que le Conseil québécois sur le tabac et la santé appuie cette étude. Nous appuyons, évidemment le gouvernement, qui a décidé d'entreprendre une telle étude, et nous attendons impatiemment les résultats.

M. de Savoye: Monsieur Côté?

M. Côté: L'avantage du paquet générique, c'est non seulement pour cibler les jeunes, c'est pour annuler la publicité que les compagnies de tabac réussissent à faire avec leurs couleurs comme vous le voyez là. Si les paquets étaient tous semblables, avec un lettrage «helvetica» le plus neutre possible, comment pourraient-ils contourner la loi et réussir à poursuivre leur publicité?

Donc, le paquet générique et l'arrêt de la publicité, ne vise pas simplement à ne pas amener de nouveaux fumeurs, c'est également pour encourager, donner un message aux adultes d'arrêter de fumer et, lorsqu'ils décident d'arrêter de fumer, qu'ils ne retrouvent pas toujours leurs marques de cigarettes affichées partout. C'est difficile lorsque quelqu'un décide d'arrêter de fumer. Il retrouve toujours son Player's affiché en bleu à chaque coin de rue.

M. de Savoye: Serait-il possible, sur un emballage banalisé, d'indiquer le degré de nicotine et de goudron par la grosseur d'une tête de mort dans un petit coin, de façon à ce que les analphabètes puissent facilement identifier les paquets les plus nocifs?

M. Côté: Je ne vois pas d'objection aux têtes de mort.

M. de Savoye: Merci, monsieur Côté.

Mr. Scott: I'd like to pursue the crisis in smuggling you referred to. You would acknowledge that there are times when government intervention can in fact force the industry underground or force the sale underground. How prevalent was that in your province?

Mr. Damphousse: The contraband situation was a very big problem in our province, but I think there are other witnesses who will come forward here who are much better experts than I am on the contraband market. I'm not well informed on all the situations of contraband.

the attractiveness with that packaging. What I have also understood is that the tobacco industry is probably the only industry killing its own clients at a rate of 100 a day in Canada which means it has to replace them with new ones and that it has to recruit young children to do this.

Which brings me to the following question: do you know of any studies showing through research that there is really a correlation between generic packaging and the fact that young people won't get into the market? I don't mean people who already smoke, just new smokers.

Mr. Damphousse: That's why the CQTS supports the study done by the University of Toronto Health Center funded by the Canadian Cancer Society.

That's the only study I know of on that subject. Unfortunately, we didn't have sufficient financial resources to undertake a study on that question or hire a team for it. I regret it. That is the only study and that's why the CQTS supports it. Of course, we support the government who has decided to undertake such a study and we are impatiently awaiting the results.

Mr. de Savoye: Mr. Côté?

M. Côté: The advantage of the generic pack is not only to target youngsters, it's also to cancel out the advertising that the tobacco companies manage to do by using their colours as you have just been shown. If all the packs looked alike with "helvetica" lettering that's as neutral as possible, how then could they get around the Act and manage to keep on advertising?

So the generic pack and putting a stop to advertising isn't simply to prevent them from recruiting new smokers, it's also to encourage and give a message to adults to stop smoking and when they decide to do it then they don't find their own brand of cigarette advertised everywhere. It's difficult enough when you try to stop smoking. You're always getting an eyeful of your Player's blue at every street corner.

M. de Savoye: On a generic packet, would it be possible to indicate the level of tar and nicotine using a different sized skull up in a corner somewhere so that the illiterate population could more easily identify the most harmful packs?

M. Côté: I have no objection to a skull.

M. de Savoye: Thank you, Mr. Côté.

Mr. Scott: J'aimerais revenir à cette crise de contrebande dont vous avez parlé. Vous reconnaîtrez qu'il y a des fois où l'intervention du gouvernement peut obliger l'industrie à traiter sur la table ou à avoir recours au marché gris. Quelle était l'importance de la contrebande dans votre province?

[Text]

Mr. Scott: Do you have any idea of the prevalence?

Mr. Damphousse: The media said the problem of contraband tobacco at the end was up to two-thirds of the market in the province of Quebec, which was a very big problem.

Mr. Scott: Does it not concern you a little bit that we may just be regulating the legal industry when in fact two-thirds of the industry at least one time in recent history was illegal anyway?

Is it not a concern to you that the arguments put to us with regard to regulatory action would only have the effect of again promoting an illegal industry?

Mr. Damphousse: Right now, with what's happening in the contraband market, there wouldn't be any profit for the tobacco industry to supply it. For now there's no profit in doing so because the price of a pack of cigarettes is so low it wouldn't be worth it for them to supply the contraband market and make sure the contraband market is making a profit on them.

Mr. Scott: So the lowering of the cost of cigarettes has significantly impacted on the contraband industry in Quebec?

Mr. Damphousse: It had an effect, obviously, but there have to be other measures brought forward to make sure there's no increase in tobacco. We are waiting to see the impact on consumption in the future months.

Mr. Scott: So the measure had the effect of seriously curtailing the contraband?

Mr. Damphousse: It's not the only measure. There's a measure also of putting a tax on the exports of tobacco, which is something we've asked for since the beginning when we were working to make sure we maintained a level of taxes. We always fought to make sure there would be a tax on exports, but by lowering the price of a pack of cigarettes so much, the tax they put on exports obviously had no real repercussions because everybody went back to buying their cigarettes at the store.

Mr. Scott: So you see that as being the case?

Mr. Damphousse: Right now, yes.

Mr. Scott: Thank you.

M. Patry: Merci, monsieur le président, merci messieurs. J'ai un commentaire pour commencer. Vous avez, à deux reprises ce matin, parlé de l'étude de l'Université de Toronto. Cette étude que j'ai lue, a été faite sur un nombre très restreint de jeunes. C'est un commentaire très personnel que je fais; je suis non fumeur et médecin en plus de cela. Si ma mémoire est fidèle, cette étude a été faite auprès d'environ une centaine de jeunes à qui, comme moyen de paiement pour leur participation, on offrait, à la fin, des paquets de cigarettes à emballage neutre.

Par la suite, cette étude fut contestée, d'une façon très forte, par un professeur de l'Université de Concordia, le professeur Amit Zalman, et vous n'en faites pas mention, qui disait que les prémisses et même la manière dont cette étude a été conduite, la rendait non valable. C'est une opinion très personnelle. Je ne vous dis pas que je suis pour ou contre, mais lorsqu'on fait une biographie on devrait quand même le mentionner.

[Translation]

M. Scott: Avez-vous une idée de son importance?

M. Damphousse: D'après les médias, le tabac de contrebande comptait pour les deux tiers du marché de la province de Québec et c'était donc un gros problème.

M. Scott: N'êtes-vous pas, même un peu inquiet de ce que nous réglementons peut-être seulement cette partie de l'industrie qui joue d'après les règles tandis qu'à époque encore récente, les deux tiers de tout le marché se déroulaient dans l'illégalité de toute façon?

Ne craignez-vous pas de ce que les arguments que vous avancez concernant la réglementation ne pourraient que servir à la promotion de l'illégalité au sein de cette industrie?

M. Damphousse: À l'heure actuelle, vu ce qui se passe au niveau du marché de contrebande, l'industrie du tabac n'en tirerait aucun profit. Il n'y a pas de profit à faire, parce que le prix du paquet de cigarettes est tellement bas qu'il ne vaut pas la peine pour ces compagnies d'approvisionner le marché de contrebande et de s'assurer que les contrebandiers puissent en tirer un profit.

M. Scott: Donc, la baisse du prix des cigarettes a eu des répercussions sérieuses sur la contrebande au Québec?

M. Damphousse: De toute évidence, mais il y a d'autres mesures à mettre en oeuvre pour s'assurer qu'il n'y aura d'augmentation de la consommation du tabac. Nous attendons de voir quelles seront les répercussions sur la consommation dans les mois à venir.

M. Scott: Cette mesure a donc eu l'effet de réduire la contrebande?

M. Damphousse: Ce n'est pas la seule mesure. Il y a aussi l'imposition d'une taxe sur les exportations de tabac que nous prônions dès le début quand nous voulions nous assurer qu'un certain niveau de taxation serait maintenu. Nous nous sommes toujours battus pour nous assurer qu'il y aurait une taxe sur les exportations, mais puisque le prix du paquet de cigarettes a tellement diminué, la taxe sur les exportations n'a pas eu de répercussions réelles puisque les fumeurs sont tous retournés acheter leurs cigarettes au magasin.

M. Scott: Donc, c'est bien le cas?

M. Damphousse: À l'heure actuelle, exactement?

M. Scott: Merci.

M. Patry: Thank you, Mr. Chairman, thank you, gentlemen. I will start with a comment. You said something twice this morning about the University of Toronto study. I've read that study and they used a very small sample of young people. I'm making a very personal comment; I'm a non-smoker and a doctor to boot. If memory serves, the study was based on about 100 youth who were offered generically packaged cigarettes at the very end of the study as payment for their services.

The study was then strongly questioned by a Concordia University professor, Amit Zalman, and although you didn't mention it, the professor said that the premises and even the way in which the study was done invalidated it. That's a very personal opinion. I'm not telling you I'm for or against it, but that should be mentioned in a bibliography.

[Texte]

[Traduction]

Je reviens à ce que mon collègue, M. de Savoye, a dit. Vous parlez de publicité et d'abolition de publicité. En France, on a aboli la publicité sauf pour les grands événements internationaux. Quel a été, dans ce pays, l'impact de l'abolition de la publicité, sauf pour les grands événements internationaux, sur la consommation de cigarettes?

M. Damphousse: Je n'ai pas de données pour la France. En ce qui a trait à l'étude de la Société canadienne du cancer, il faut d'abord déterminer l'échantillonnage qui sera représentatif de la population et il existe des méthodes statistiques pour les déterminer. J'ai confiance qu'ils ont pris un échantillonnage représentatif de la population et si ce chiffre était de 116, c'était probablement un échantillonnage valable.

J'ai moi-même fait une recherche pour ma maîtrise et on n'est pas obligé d'avoir, dans certains projets de recherche, un gros échantillonnage pour que ce soit représentatif de la population.

M. Patry: C'est votre opinion?

M. Damphousse: Oui.

M. Patry: La Société canadienne du cancer nous montre nettement une corrélation entre la baisse du coût des cigarettes comme tel et l'augmentation de la consommation.

• 1035

Vous nous dites qu'il y aura une baisse du prix des cigarettes. N'avez-vous pas peur que, avec la baisse du prix des cigarettes, il y aura une augmentation de la consommation chez les jeunes? C'est totalement à l'opposé de ce que l'on recherche, soit la diminution de la consommation chez les jeunes.

M. Côté: Non, le coût de la publicité, par paquet, n'est pas tellement grand. Cela représente peut-être 1 cent le paquet, mais étant donné que le marché est tellement gros, ils réussissent à bien cibler leur publicité pour que cela semble immense. L'ensemble de la publicité du tabac au Canada est de l'ordre de 100 millions de dollars alors que le coût pour la santé, seulement pour soigner les gens qui ont des maladies attribuables au tabagisme est de l'ordre de 10 milliards de dollars. L'ordre de grandeur est très supérieur.

En publicité, avec un montant relativement petit par rapport au produit intérieur brut on peut avoir l'impression que c'est très gros et qu'on annonce partout mais, en réalité, ce ne sont que 25 millions de dollars et, par rapport au produit intérieur brut du Québec cela représente un soixantième de 1 p. 100. Donc, si la publicité disparaît, les compagnies de tabac pourraient peut-être baisser leur prix de 10 cents mais le gouvernement pourrait taxer plus que 10 cents. Récemment, on imposait presque 4 \$ en taxes sur un paquet de cigarettes. Le coût de la publicité est tout petit dans ce jeu.

M. Patry: Si, au coût de la publicité, il faut ajouter le coût de l'emballage neutre, cela diminuera considérablement les coûts. Vous pourriez peut-être alors diminuer de plus de 10 à 15 cents. Vous me donnez comme réponse que les gouvernements augmenteront leur taux de taxation pour retirer plus d'impôts. À ce moment-là, pourquoi ne pas les augmenter tout de suite? Ma crainte est qu'on diminuera le coût des cigarettes encore trop bas et nous irons totalement à l'opposé de ce que l'on veut obtenir, c'est-à-dire une diminution chez les jeunes.

To get back to what my colleague Mr. de Savoye was saying, you are talking about advertising and doing away with it entirely. In France, advertising was done away with except for events of an international scope. What then was the impact of that on cigarette consumption?

M. Damphousse: I don't have the data for France. As for the Canadian Cancer Society study, first a representative sample of the population should be determined and there are statistical methods to do that. I'm confident that they took a representative sample of the population and if the figure was 116, it was probably a valid sample.

I myself did some research for my master's degree and in some research projects, you don't need a very large sample to have something representative of the population.

M. Patry: That's your opinion?

M. Damphousse: Yes.

M. Patry: The Canadian Cancer Society shows a direct link between the decrease in the cost of cigarettes as such and the increase in the number of smokers.

You're saying the price of cigarettes will drop. Aren't you afraid that with the drop in the price of cigarettes young people will start smoking more? That's the exact opposite of what we're looking for, which is a decrease in smoking by our youth?

M. Côté: No, the cost of advertising per pack isn't all that great. It maybe represents a penny a pack, but because the market is so huge, they manage to target their advertising very well to make it look huge. The total for all tobacco product advertising in Canada is something like \$100 million while health costs, just to treat people suffering from diseases attributable to tobacco addiction, are in the order of \$10 billion. The proportion is much greater.

In advertising, with a relatively small amount as compared to our gross domestic product, you may get the impression that it's a huge amount and that advertising is everywhere but in reality it's only \$25 million and as compared to Quebec's gross domestic product, it's about one sixtieth of 1%. So if the advertising were to disappear, the tobacco companies might be able to bring their prices down by 10 cents, but the government could tax more than 10 cents. Not so long ago, you had almost \$4 in taxes on a pack of cigarettes. The cost of advertising is really very little in this whole game.

M. Patry: If you add the cost of advertising to the cost of producing generic packaging, your costs are considerably reduced. You might even be able to bring down the price by more than 10 or 15 cents. Your answer is that governments would increase tax rates to get more revenue. Why not increase them right away, then? My concern is that the cost of cigarettes will still be too low and we'll be going exactly in the opposite direction as compared to what our objective is and that's a decrease in the use of tobacco products by our young people.

[Text]

M. Côté: Évidemment, nous sommes pour le retour des taxes. La baisse des taxes, à notre avis, a été vraiment scandaleux. Il faut les remonter le plus tôt possible.

M. Damphousse: Ce que nous voulons, c'est que, finalement, on adopte le plus de mesures possibles pour contrôler la consommation du tabac car c'est vraiment un gros problème de santé publique, si ce n'est pas le plus gros.

M. Patry: Merci.

Le président: Merci, MM. Damphousse et Côté. J'invite, comme prochain témoin, le Syndicat international des travailleurs et travailleuses de la boulangerie, confiserie et du tabac à se joindre à nous à la table.

Monsieur Rondou, s'il vous plaît.

M. Daniel Rondou (représentant international, Syndicat international des travailleurs et travailleuses de la boulangerie, confiserie et du tabac): Bonjour. Merci, monsieur le président et merci au membres du Comité. Je voudrais profiter de l'occasion pour vous remercier de l'opportunité que vous nous donnez de se faire entendre sur un sujet si important pour les membres que je représente, mais qui m'apparaît si minime pour un pays comme le Canada qui s'apprête à relever les défis de l'an 2000.

Permettez-moi tout d'abord me présenter. Je suis Daniel Rondou. Je suis un permanent au Syndicat international des travailleurs et travailleuses de la boulangerie, confiserie et du tabac.

• 1038

[Translation]

Mr. Côté: Of course, we're all in favor of taxes coming back in. In our opinion, the lifting of those taxes was a real scandal. We have to raise them as soon as possible.

Mr. Damphousse: In the end, what we really want is to see the adoption of as many measures as possible to control the use of tobacco because it's really a big public health problem, if not the biggest one.

Mr. Patry: Thank you.

The Chairman: Thank you, Mr. Damphousse and Mr. Côté. I would now invite our next witness, the Bakery, Confectionary and Tobacco Workers' International Union to come to the table.

Mr. Rondou, if you please.

Mr. Daniel Rondou (International representative, Bakery, Confectionary and Tobacco Workers' International Union): Thank you. Thank you Mr. Chairman and members of the Committee. I would like to begin by thanking you for giving us the opportunity to express our opinion on such an important subject for the members I represent although it may seem so very small for a country like Canada getting ready to meet the challenges of the year 2000.

First, I would like to introduce myself. I am Daniel Rondou. I am an official of the Bakery, Confectionary and Tobacco Workers' International Union.

• 1040

J'aimerais présenter les personnes qui m'accompagnent: M. Sean Kelly, coordonnateur du secteur tabac et membre du comité exécutif du Conseil du travail du Canada; Mme Micheline Labrecque, présidente de la section locale 234-T, Imperial Tobacco, Montréal; M. Roland Paul, usine de cigarettes de Joliette; de l'Imperial Tobacco, à Guelph, M. Philip Freeman, président de la section locale 323-T; M. Ron Castigan, vice-président de la section locale 323-T; M. Anthony Fay, président de la section locale 338-T; et M. Bob Janawsky, vice-président de la section locale 338-T; M. Jacques Brosseau, président de la section locale 235-T, R.J.R. Macdonald's, à Montréal; et Mme Ginette Thériault, présidente de la section locale 261-T, Rothmans, Benson & Hedges, à Québec et membre du comité exécutif général du syndicat international à Washington.

Comme vous l'avez souligné, monsieur le président, nous avons déjà fait parvenir un mémoire qui rappelle, en gros, notre histoire en tant qu'organisme. Je vais éviter de refaire cet historique.

Par contre, je voudrais souligner que, au Québec, sur les trois usines de production existantes, notre syndicat représente les travailleurs depuis plus de 50 ans et, dans la quatrième usine, nous représentons les travailleurs depuis 1959, soit depuis la date de fondation de la compagnie à Guelph.

Il est évident que nous pouvons donc prétendre que nous connaissons le tabac. Nous avons connus plusieurs problèmes au cours de toutes ces années. Je voudrais seulement faire un petit retour en arrière dans l'histoire. Si vous vous souvenez, au

I would like to introduce the people who are with me; Mr. Sean Kelly, coordinator of the tobacco sector and member of the Executive Committee of the Canadian Labour Congress; Mrs. Micheline Labrecque, president of union local 234-T, Imperial Tobacco, Montreal; Mr. Roland Paul, Joliette Cigar Factory; Mr. Philip Freeman, from Imperial Tobacco in Guelph and president of union local 323-T; Mr. Ron Castigan, vice-president of union local 323-T; Mr. Anthony Fay, president of union local 338-T; and Mr. Bob Janawsky, vice-president of union local 338-T; Mr. Jacques Brosseau, president of union local 235-T, R.J.R. Macdonald's, in Montreal; and Mrs. Ginette Thériault, president of union local 261-T, Rothmans, Benson & Hedges of Quebec and member of the general executive committee of the international union in Washington.

As you have already pointed out, Mr. Chairman, we have previously submitted a brief which outlines the history of our organization, and I shall not repeat that.

I would, however, point out that in three of the existing plants in Quebec our union has represented the workers for more than 50 years, and in the fourth, we have represented them since 1959, that is the date when the company was founded in Guelph.

We can therefore claim to know something about tobacco. We have encountered several problems over the years. I would just like to give you a brief historical reminder. If you recall, early in the 1950s, the government of the day saw the possibility

[Texte]

début des années 1950, le gouvernement de l'époque voyant des sources de revenus supplémentaires ayant augmenté, de façon déraisonnable, les taxes sur les produits du tabac. À l'époque, nous avions fait des représentations que le gouvernement n'a pas cru bon écouter. Les résultats furent désastreux. Les fumeurs canadiens se sont massivement tournés vers les produits américains et le gouvernement a subi des baisses énormes de revenus.

À la suite d'une baisse de taxe survenue deux ans plus tard, cela a pris environ sept ans pour que le gouvernement retrouve les niveaux de revenus qu'il encaissait lors de l'imposition de la taxe. Quelle belle leçon d'histoire!

Plus près de nous, en 1986, le gouvernement du Québec ne nous a pas écoutés et a instauré le principe de la taxe ascenseur. À la suite d'un changement de gouvernement, ce dernier est revenu sur cette décision et a modifié le principe de taxation des produits du tabac. Une autre belle leçon d'histoire!

Malheureusement, ce ne fut pas tout. À cause des augmentations de taxes éhontées et d'une taxe à l'exportation, nous avons perdu plusieurs emplois. D'ailleurs, l'un des manufacturiers, dans la semaine suivant l'imposition de la taxe à l'exportation, a transféré plusieurs machines de production à Porto Rico.

Finalement, un nouveau marché s'est développé, soit celui de la contrebande, qui a généré la désobéissance civile et l'anarchie au pays. N'oubliez pas, messieurs-dames, que nous sommes au Canada. L'un des pays les plus démocratiques au monde a été réduit à subir une crise de cette envergure à cause de la simple cigarette.

Encore une fois, le gouvernement, après avoir refusé de nous écouter, a finalement modifié sa décision et a baissé les taxes. Une autre belle leçon d'histoire!

Nous nous présentons, aujourd'hui, devant vous avec l'espoir d'être écoutés et d'éviter que l'histoire se répète. Cette fois-ci, pourrons-nous modifier le cours de l'histoire ou sera-t-il trop tard pour nos emplois? N'oubliez pas votre rôle, mesdames et messieurs. Vous avez été élus pour représenter la population. Chaque Canadien, chaque payeur de taxes compte sur vous.

Rappelez-vous que, en janvier dernier, par des températures de moins 25 degrés Celsius, au Québec, nos concitoyens, vos électeurs, ont fait la file à l'extérieur pendant des heures afin de se procurer des cigarettes de contrebande. Ce n'était pourtant pas un bien essentiel. Nous ne sommes pas encore rendus en Bosnie, ou encore en Russie, où les gens font la file à l'extérieur pour se procurer des vivres. J'espère que moi et mes enfants ne connaîtront jamais une telle situation. Pourtant, de la manière dont l'économie canadienne progresse, ou plutôt, régresse, on ne sait jamais.

Il me semble que vous devez respecter une volonté d'exercer un droit encore légal, pour plusieurs millions de Canadiens, celui de fumer une bonne cigarette.

[Traduction]

of additional revenues and unreasonably increased the taxes on tobacco products. At the time we had made representations which the government did not think advisable to accept. The results were disastrous. Canadian smokers turned en masse to American products and the government lost massive amounts of income.

The tax was lowered two years later, but it took about seven years before the government got back the income levels it had enjoyed before they imposed the tax. What a good history lesson that is!

More recently, in 1986, the Quebec government ignored us and implemented the principle of the escalator tax. When the government changed, that decision was revoked and the principle of taxes on tobacco products was amended. Yet another good history lesson!

Unfortunately, that was not all. Because of the shameful tax increases and an export tax, we have lost numerous jobs. What is more, the week after the export tax was imposed, one of the manufacturers transferred several production machines to Porto Rico.

Finally, a new market developed, smuggling, generating civil disobedience and anarchy in the country. Ladies and gentlemen, do not forget that we are in Canada. One of the most democratic countries in the world has been subjected to a crisis of this dimension just because of cigarettes.

Once again, after refusing to listen to us, the government ended up amending its decision and lowering the taxes. There we see yet one more lesson in history!

Today, we appear before you hoping to be heard so that we can avoid history repeating itself. Will we be able to change the course of history this time or will it be too late for our jobs? Do not forget your role, ladies and gentleman. You have been elected to represent the people. Every Canadian, every taxpayer, is counting on you.

Remember that last January, in -25°C temperatures, our fellow citizens in Quebec, your electorate, queued up outdoors for hours to get contraband cigarettes. They are hardly essential goods. We have not yet reached the stage of Bosnia or even Russia, where people line up outdoors to buy food. I hope that my children and I will never experience such a thing. But the way in which the Canadian economy is progressing, or rather regressing, one never knows.

It seems to me that you should respect the desire of several million Canadians to exercise a right that is still legal, namely to smoke a good cigarette.

• 1045

Permettez-moi, maintenant, de vous parler des problèmes économiques, et, croyez-moi, je suis loin d'être un spécialiste. Comment pouvons-nous, en tant que société responsable, se permettre de risquer l'élimination de 2 500 emplois syndiqués, de très haute qualité et très spécialisés, de l'industrie du tabac en plus de tous les travailleurs de qui dépendent l'industrie du tabac, soit les cultivateurs, les travailleurs du papier, les travailleurs forestiers, le transport, les services, les

Allow me to speak now about economic problems, and believe me, I am far from an expert. How can we, as a responsible society, take the risk of eliminating 2,500 very high quality and highly specialized union jobs in the tobacco industry, as well as in the sectors which depend on that industry: farmers, workers in the paper industry, forestry, transportation and services; merchants, distributors, and so on. All this when the country is swamped with economic insecurity and hoping for a

[Text]

[Translation]

commerçants, les distributeurs, etc., alors que le pays nage dans l'insécurité économique et dans l'attente d'une reprise qui ne vient pas, avec un taux de chômage éhonté pour un pays aussi industrialisé que le Canada?

De plus, il faut le reconnaître, avec les efforts faits présentement par le gouvernement actuel afin de relancer le pays, afin de protéger l'avenir de nos enfants, ce n'est sûrement pas le moment d'adopter des lois qui feraient un tort irréparable à l'économie canadienne.

Plus tôt, on a parlé de faire des tests dans certaines régions du Canada. Je regrette, mais mes membres ne sont pas du matériel de laboratoire, nous ne sommes pas des cobayes.

De plus, nous croyons—and l'expérience passée le prouve—that la consommation ne baissera pas. En effet, l'un des meilleurs exemples de banalisation fut le *Model T* de Henry Ford. Ce fut l'un des succès industriels les plus remarquables et cela a révolutionné l'industrie de l'automobile. Pourtant, ces voitures étaient toutes pareilles, elles étaient toutes noires, elles étaient toutes identiques et elles n'avaient aucune option. Cependant, parce qu'il y avait un besoin à combler, les gens se sont précipités et en ont fait un succès.

L'expérience nous prouve que les Canadiens veulent fumer. Je ne crois pas que ce soit le rôle d'un élu ou d'un gouvernement de décider pour des millions de ses électeurs qu'ils ne doivent plus satisfaire ce besoin pourtant encore légal. Nous croyons également qu'il sera beaucoup plus facile pour des organisations criminelles d'imiter ces paquets banalisés, donc encore une fois repartir tous les débats de la contrebande.

Bien sûr que notre position peut paraître contradictoire si nous affirmons que les paquets génériques n'auront pas d'impact sur la consommation. Dans l'hypothèse où le gouvernement adopterait la loi sur la banalisation des produits du tabac, plusieurs intervenants, y compris nous, sont d'avis que la consommation ne baissera pas. D'aucuns diront alors où est le problème des pertes d'emplois dans notre secteur? Je suis un représentant syndical depuis bientôt huit ans. J'ai moi-même travaillé pendant 10 ans dans l'industrie pour l'un des fabricants et je connais très bien les compagnies. Soyez assurés qu'elles ne perdront rien, pas un cent. Le problème, c'est que c'est nous qui allons perdre nos emplois.

En effet, ces multinationales vont défendre leur marque de commerce à tout prix et au risque, encore une fois, de quitter le pays pour produire ces mêmes cigarettes dans d'autres pays et les exporter au Canada.

Quant à la publicité, elle est un facteur minime qui a déjà été démontré dans plusieurs études, à moins de fermer nos frontières au commerce, chose qui serait un peu illogique car, suite à l'Accord de libre-échange Nord-américain, nous ne pouvons fermer nos frontières aux cigarettes américaines, lesquelles ne seraient pas régies par des paquets génériques.

Je ne vois ici que deux perdants: les travailleurs de notre industrie, ainsi que d'autres industries et le gouvernement qui perdrait une source de revenu importante qui n'est pourtant pas avouée publiquement, mais on sait tous que cela fait l'affaire du ministre des Finances d'avoir ces revenus supplémentaires.

recovery that doesn't come, and with an unemployment rate that is shameful for a country as industrialized as Canada.

Moreover, we must recognize that with the efforts the government is now making to put the country back on its feet, so as to protect the future of our children, this is surely not the time to pass laws which would do irreparable harm to the Canadian economy.

It was said earlier that tests might be done in some regions of Canada. I am sorry, but my members are not laboratory guinea pigs.

We also believe, and past experience proves it, that consumption will not decrease. Indeed, one of the best examples of plain packaging was Henry Ford's *Model T*. That was one of the most remarkable industrial successes and it revolutionized the automobile industry. And yet those cars where all the same, all black, all identical with no options, but because there was a need to be met, people grabbed them and they were a great success.

Experience proves that Canadians want to smoke. I do not think that it is the role of an elected representative or of a government to decide for millions of voters that they cannot satisfy that need which is still legal. We also believe that it will be easier for criminal organizations to imitate the plain packaging and so once again touch off the whole debate on smuggling.

Of course our position may appear contradictory if we state that generic packaging will have no impact on consumption. If the government were to pass the Tabacco Products Plain Packaging Act, many people, including ourselves agree that consumption will not decrease. So some people will then say how can there be a problem with job losses in your sector? I have been a union representative for almost eight years. For 10 years I worked in the industry for one of the manufacturers, and I know the companies very well. You can be sure that they won't lose anything, not a cent. The problem is that we're the ones who will lose our jobs.

In fact, the multinationals will defend their trademarks at all costs, even if they have to move out of Canada to produce those same cigarettes in other countries and export them back into Canada.

As for advertising, it is a minor factor, which has already been demonstrated in numerous studies; unless we close our borders to trade, which would be illogical since under the North American Free Trade Agreement, we cannot close our borders to American cigarettes, which would not be governed by the generic packaging law.

I can see only two losers here: the workers in our industry and in other industries, as well as the government which would lose an important source of revenue, even though that has not publicly admitted. But we all know that it suits the Minister of Finance to have these additional revenues.

[Texte]

Les membres du Syndicat international des travailleurs du tabac paient annuellement environ 65 millions de dollars en impôts, sans compter tous les cadres des compagnies et les autres travailleurs des industries connexes.

Dans un pays où l'on retrouve de plus en plus d'enfants qui, le matin, vont à l'école le ventre vide, où les problèmes sociaux et la criminalité sont à la hausse, le gouvernement continue de s'acharner depuis des décennies à détruire des milliers d'emplois. C'est inimaginable que des personnes oublient l'avenir de nos enfants, qui sont la relève de demain, et se ferment les yeux sur des problèmes tellement plus importants et plus graves qu'une simple cigarette. Il faut voir un petit peu plus loin que le bout de son nez.

Grâce à mon travail, je rencontre beaucoup de jeunes familles et toutes ont souvent les mêmes commentaires. Elles n'ont plus confiance aux politiciens. C'est un drame pour le Canada. Les politiciens parlent de création d'emplois devant les médias et comment les détruire en caucus ou en comité.

• 1050

De plus, je voudrais mentionner que notre syndicat n'est pas contre l'éducation ou la sensibilisation de la population au prétendu danger concernant l'usage des produits du tabac. Nous n'avons jamais protesté lorsque le gouvernement a décidé d'interdire la publicité. Nous n'avons jamais crié lorsque le gouvernement a dépensé notre argent et l'argent de tous les Canadiens pour des campagnes publicitaires contre l'utilisation du tabac.

Nous nous levons haut et fort quand les élus exagèrent. Nous ne sommes plus tolérants envers l'opposition à un produit légal et surtout lorsque le gouvernement menace nos emplois.

Finalement, ce que j'ai beaucoup de difficulté à comprendre dans toute cette histoire et dans toute cette dépense d'argent, c'est que la ministre veut absolument faire adopter cette loi sans posséder aucune preuve que cela réduira la consommation de tabac.

J'ai lu quelque part, il n'y a pas longtemps, que la vrai raison était que la ministre avait peur de perdre sa *job* à cause des baisses de taxe sur le tabac et qu'il fallait faire quelque chose pour se racheter. N'importe quoi, même si cela coûtera des *jobs* dans l'industrie et ailleurs également. C'est quand même bizarre lorsque l'on pense que le premier ministre Chrétien a fait sa campagne électorale sur la création d'emplois et qu'il fait tant d'efforts pour sauver des emplois.

Cependant, je crois qu'échanger un emploi contre des milliers d'autres n'est pas équitable. Mesdames et messieurs du Comité, je vous demande d'appuyer notre lutte contre la banalisation des produits du tabac. Les travailleurs et les travailleuses du tabac n'ont pas du tout l'intention de servir de cobaye pendant que nous faisons l'expérience avec des emballages neutres sur les paquets de cigarettes en espérant que la consommation de tabac chez les jeunes diminuera.

Rappelez-vous que, si cela ne marche pas, le gouvernement trouvera bien autre chose, et nous devrons nous trouver un autre *job*. Merci beaucoup.

[Traduction]

The members of the International Union of Tobacco Workers pay about \$65 million a year in taxes, not counting what is paid by the management staff or the other workers in related industries.

In a country where more and more children go to school in the morning on an empty stomach, where social problems and crime are on the rise, for decades now the government has relentlessly continued destroying thousands of jobs. It is unimaginable that people should forget the future of our children, who will be taking over from us tomorrow, while turning a blind eye to much more serious problems than a mere cigarette. We have to see beyond the end of our nose.

Through my work, I meet many young families and all have often made the same comment. They have no faith in politicians. The situation in Canada is dramatic. Politicians talk to the media about creating jobs but in Caucus and Committee they talk about how to destroy jobs.

I would also like to add that our union is not opposed to educating the public or making them more aware of the possible danger of using tobacco products. We never objected when the government decided to prohibit advertising. We never grumbled when the government spent our money and the money of all Canadians for add campaigns against tobacco usage.

But we do speak out loud and clear when our elected representatives go too far. We no longer tolerate opposition to a legal product, especially when the government is threatening our jobs.

Finally, what I find difficult to understand in this whole affair, and with all this money being spent, is why the Minister absolutely wants this bill passed without having any proof that it will reduce tobacco consumption.

I read somewhere recently that the real reason was that the Minister was afraid to lose her job because of the lowering of the tobacco taxes and that she had to do something to make up for it. No matter what, even if it costs jobs in the industry or elsewhere. But it's still rather bizarre when you consider that Prime Minister Chrétien campaigned on job creation and that he is making such great efforts to save jobs.

However, I think that to exchange one job for thousand of others is unfair. Ladies and gentlemen of the Committee, I ask you to support us in our struggle against plain packaging for tobacco products. The men and women who work in the tobacco industry have no intention of being guinea pigs in experiments with generic packaging for cigarettes, in the hope that tobacco consumption among young people will decrease.

Remember that if that does not work, the government will find something else, and we will have to find another job. Thank you very much.

[Text]

M. de Savoie: Monsieur Rondou, je suis très sensible à votre argumentation concernant les emplois de vos membres et, en ce sens, votre message a été très clair et très légitime. Je partage aussi votre préoccupation sur le fait qu'il n'y a pas de démonstration absolument concluante qui ferait une corrélation entre l'empaquetage banalisé et la réduction de la consommation des cigarettes.

Cependant, ce Comité est ici, entre autres, pour cette raison, à savoir écouter des témoins qui auraient des prétentions concluantes à ce sujet, ou à l'effet contraire. Malheureusement, je suis encore sur mon appétit, à toute fin pratique.

D'autre part, certains autres messages que vous nous avez communiqués m'apparaissent moins légitimes, et sans aucunement vouloir offenser quant au droit légitime de vos membres à avoir un emploi, j'aimerais quand même rectifier un certain nombre d'énoncés. Vous nous avez dit que le besoin de fumer était toujours légal. Un besoin n'est ni légal ni illégal; il est physique, malheureusement terriblement physique, et ce besoin n'est non seulement pas nécessaire à la santé, et il y a toutes les démonstrations nécessaires à l'appui, je suis convaincu que vous en convenez, mais c'est nuisible à la santé.

Vous nous avez aussi mentionné que les gens avaient le droit de fumer une bonne cigarette. Quelle belle expression bien de chez nous! Il y en a une autre aussi. On appelle cela des «clous de cercueil», et à mon sens, et malheureusement, cela traduit bien plus cette réalité qui fait que, non seulement les gens décèderont plus tôt, mais ils verront leur qualité de vie être diminuée pendant un grand nombre d'années, alors qu'ils avanceront en âge.

Donc, je ne sais pas comment il faudra faire pour s'assurer que vos membres, qui ont le droit de travailler, puissent éventuellement être recyclés.

• 1055

D'autre part, je ne me fais pas d'illusions non plus. Ayant déjà été un fumeur et ayant eu énormément de difficultés à arrêter de fumer, je ne me fais pas d'illusions, vos employés, vos syndiqués auront sans doute un emploi pendant encore fort longtemps, et je le leur souhaite.

Merci. Je n'ai pas d'autres questions. Je n'ai pas de question en réalité, c'était un commentaire, monsieur le président.

Le président: Je note cela.

The chair is a little hesitant, because I think, and I appeal to both witnesses and members here, we're probably defeating the purpose of why we're here. We're here to hear evidence and to elucidate evidence. We're not here to debate with witnesses, and we all have various views of the subjects being discussed. I have some things I'd like to say to the witnesses too, because I happen to differ with some of the things they said.

So I would ask members to restrain themselves in terms of commenting. I mean, I'm not restricting you, you have the right to do that, but in terms of our mandate here, we're going to get off track a bit if we spend too much time debating with witnesses and we'll have less time to question witnesses to elucidate their testimony, which I submit is the reason we're here.

[Translation]

Mr. de Savoie: Mr. Rondou, I am very sensitive to your argument about your members' jobs, and from that point of view your message was very clear and justified. I also share your concern that there has been absolutely no conclusive proof of a correlation between plain packaging and a reduction in cigarette smoking.

One of the tasks of this Committee, however, is to hear witnesses who have evidence for or against the proposition. Unfortunately, for all practical purposes I have not yet heard enough.

On the other hand, some of the statements you made seemed less legitimate to me, and without wanting to offend anyone, I would like to correct some of the things you said about the legitimate right or your members to a job. You told us that the need to smoke was still legal. A need is neither legal nor illegal; it is physical, unfortunately terribly physical, and the need is not only unnecessary for health, and I'm sure that you would agree that it has been amply demonstrated that it is harmful to one's health.

You also mentioned that people are entitled to smoke a good cigarette. What a wonderful colloquial expression! I know another one: "Nails in one's coffin" and unfortunately, I think that that is much closer to the truth. Not only do people die younger, their quality of life is also greatly diminished over the years, and as they grow older.

So I don't know what we will have to do to assure your members, who have the right to work, that they can eventually be retrained.

On the other hand, I don't have any illusions either. Having been a smoker myself, and having had tremendous difficulty in trying to quit, I have no doubt that your employees, your union members, will have jobs for a very long time, and I hope that they do.

Thank you, I have no other questions. In fact that was not a question, it was a comment, Mr. Chairman.

The Chairman: I realize that.

J'hésite un peu à dire ceci mais je fais appel aux témoins et aux députés en leur rappelant que nous sommes ici pour entendre des témoignages et non pas pour nous lancer dans une discussion avec les témoins. Nous avons tous des opinions divergentes sur les sujets de discussion. Moi aussi j'aimerais dire certaines choses aux témoins, car je ne suis pas d'accord avec certaines de leurs remarques.

Je demanderai donc aux députés de se retenir et d'éviter de faire des commentaires. Je ne vous l'interdis pas, parce que vous avez le droit de le faire mais il me semble que nous allons nous éloigner un peu de notre objectif si nous passons trop de temps en discussion avec les témoins ce qui nous laisserait moins de temps pour leur poser des questions afin qu'ils apportent des précisions à leur témoignage; selon moi c'est pour cette raison que nous sommes ici.

[Texte]

Dr. Patry.

M. Patry: Merci beaucoup, monsieur le président. Monsieur Rondou, bonjour.

J'ai deux très petites questions et ensuite, un léger commentaire. En tant que médecin, je me suis toujours interrogé. Vous qui travaillez dans l'industrie, pouvez-vous me dire si les travailleurs de l'industrie fument plus? Y a-t-il des statistiques à ce sujet?

Pouvez-vous me dire s'il y a plus de cancer de poumons, de maladies cardiaques chez les travailleurs de l'industrie du tabac? Ce sont mes deux premières petites questions.

Ensuite, au début de votre présentation, vous avez dit qu'il y avait un manque d'imagination de la part des différents gouvernements. M. de Savoye vous a dit que le but du Comité était d'étudier l'emballage neutre, etc., afin de diminuer la consommation de cigarettes, surtout chez les jeunes. J'aimerais obtenir de votre part, de la part du syndicat que vous représentez, une contribution positive, imaginative, pour reprendre le terme que vous avez utilisé, pour nous aider.

M. Rondou: Premièrement, ce n'est pas parce qu'ils travaillent dans l'industrie du tabac que les membres que je représente sont différents des autres Canadiens, et la proportion de fumeurs dans notre industrie est environ la même que pour les autres catégories de fumeurs au Canada, soit à peu près 30, 35 p. 100.

Deuxièmement, je ne suis malheureusement pas médecin. Je ne pourrais savoir si mes membres ont un taux plus élevé de cancer du poumon. À ma connaissance personnelle, en tout cas pour les gens avec qui j'ai travaillé dans l'industrie, il n'y a personne de décédé du cancer du poumon.

Quant à notre manque d'imagination, nous aussi, on n'a pas de solution facile et je crois que c'est pour cela que le Comité est saisi du sujet. La seule chose qu'on peut dire, c'est qu'il n'y a pas de preuve que cela va régler quelque chose. Au contraire, cela peut rendre la situation pire, comme plusieurs intervenants l'ont déjà démontré, car une vie humaine, c'est important. Si la banalisation des produits du tabac me prouvait que cela servirait à sauver une vie, je pense que personne autour de cette table pourrait s'y opposer.

M. Patry: Merci.

Mr. Szabo: Mr. Rondou, do you support the objective to reduce smoking for young people?

M. Rondou: Je crois que nous nous sommes jamais opposés à des gestes sensés posés par le gouvernement. Là où nous nous élevons, c'est contre des gestes dramatiques, des augmentations de taxe qui ont été complètement déraisonnables. À ce moment-là, nous sommes contre. Nous croyons fortement que l'industrie est en déclin. Les campagnes actuelles sont suffisantes, à mon avis, pour diminuer la consommation et atteindre le but que les ministres de la Santé se sont fixés depuis plusieurs années.

Mr. Szabo: If the committee were to receive substantive evidence that plain packaging would reduce tobacco consumption by young people, would you support plain packaging?

Mr. Rondou: Would you repeat that? It was in English in the earpiece as well.

[Traduction]

Monsieur Patry.

Mr. Patry: Thank you very much, Mr. Chairman. Good morning, Mr. Rondou.

I have two very brief questions followed by a small comment. As a physician, I have always wondered about this: can you, who work in the industry, tell me whether workers in the tobacco industry smoke more than others? Are there any statistics on this?

Can you also tell me whether tobacco industry workers have more lung cancer or cardiac disease? Those are my two short questions.

At the start of your presentation, you also said that the various governments lacked imagination. Mr. de Savoye explained to you that the purpose of the Committee was to study neutral or plain packaging that might decrease cigarette consumption, particularly among young people. I would like to have from you and from the union which you represent, to use your own words, a positive, imaginative contribution that would help us.

Mr. Rondou: First of all, just because our union members work in the industry does not make them different from other Canadians, and the proportion of smokers in our industry is about the same as for the other categories of smokers in Canada, namely 30 to 35%.

Second, unfortunately, I am not a medical doctor. I have no way of knowing if my members have a higher rate of lung cancer. As far as I know, at least for the people with whom I have worked in the industry, no one I know has died of lung cancer.

As for our lack of imagination, we too have no easy solution and I believe that that is why the Committee is dealing with this topic. All I can say is that there is no proof that this proposal will solve the problem. On the contrary, it may make it worse, as some spokespeople have already shown, since a human life is important. If it were proved to me that plain packaging of tobacco products would save a life, I think that no one around this table could be opposed to it.

Mr. Patry: Thank you.

Mr. Szabo: Monsieur Rondou, soutenez-vous l'initiative qui vise à réduire la consommation de cigarettes chez les jeunes?

Mr. Rondou: I do not believe that we have ever opposed sensible measures taken by the government. What we do object to is the dramatic gesture, such as completely unreasonable tax increases; that we are opposed to. We firmly believe that the industry is in decline. In my view, current campaigns are sufficient to decrease consumption and to attain the goal set a few years ago by the ministers of health.

Mr. Szabo: Si notre Comité recevait des preuves formelles que la banalisation de l'emballage réduirait la consommation de cigarettes chez les jeunes, seriez-vous en faveur de cette banalisation?

Mr. Rondou: Pourriez-vous répéter votre question? Je n'ai pas entendu la traduction.

[Text]

[Translation]

• 1100

Mr. Szabo: Your evidence said there is a preponderance of evidence that advertising has no impact. If the committee received, during these hearings or at some point in the future, evidence to the contrary, which said that plain packaging would reduce tobacco, would you support plain packaging for the industry?

M. Rondou: Nous sommes obligés d'être contre cette mesure, car cela créerait de la contrebande. Nous en avons l'assurance. Nous avons vécu l'expérience avec les taxes et cela ne suffirait pas pour diminuer la consommation chez les jeunes. Il faudrait également adopter d'autres mesures, à moins que vous fermiez complètement les frontières. Dans les rues des villes où je vais régulièrement, on voit des automobilistes, particulièrement des jeunes, avec des voitures sport montrant des bannières...

The Chairman: I want to thank the witnesses for coming. We will now move to our next set of witnesses from the Centre for Health Promotion.

Welcome, Madam d'Avernas. Please proceed.

Ms Josie d'Avernas (Partner, RBJ Health Management Associates, Centre for Health Promotion): Mr. Chairman, ladies and gentlemen of the standing committee, thank you very much for giving me the opportunity, on behalf of the Centre for Health Promotion, to describe to you some of the results of the University of Toronto study. You have heard it referenced a few times already this morning.

I submit to you, and I will provide some evidence to support this submission, that there is sufficient evidence that plain packs will work to reduce the appeal of smoking for young people and thereby reduce consumption.

I am a researcher by training. I have a Masters in Health Studies from the University of Waterloo. My research training is strong in research design and methodology. I have 15 years of experience in research in health promotion.

I am here representing the Centre for Health Promotion at the University of Toronto, which has convened a nine-member Ontario advisory committee on plain packaging research. This is a research committee that is comprised of nine researchers from the University of Toronto, Ryerson University, York University, and the University of Chicago at Illinois. We have academic consultants to the project that include Dr. Kindra from the University of Ottawa and Dr. Rob Donovan from the University of Western Australian.

My company, and myself in particular, have been involved in the project in a staff capacity to that scientific advisory committee for plain packaging research. This committee was formed a year and a half ago. We began a three-study series, and I would like to report today that studies one and two have been completed. My submission describes the results of those two studies. Study three is in progress. Study three has a much larger sample size, more representative of young people in Ontario.

M. Szabo: Vous dites dans votre mémoire que des preuves abondent comme quoi la publicité n'a pas d'impact. Si notre Comité recevait des preuves contraires durant ces audiences ou plus tard, selon lesquelles la banalisation de l'emballage réduirait la consommation du tabac, seriez-vous en faveur de cette banalisation pour l'industrie?

Mr. Rondou: We are forced to oppose such a measure because it would trigger smuggling. We are sure of that. We've had the experience with the taxes, and that would not be enough to reduce tobacco consumption by young people. Other steps would also have to be taken, unless you would want to close the border completely. On the street in the towns that I visit regularly, you can see cars, especially sports cars driven by young people, with bumper stickers...

Le président: J'aimerais remercier les témoins d'avoir comparu. Nous allons maintenant entendre les témoins suivants du Centre de la promotion de la santé.

Bienvenue, madame d'Avernas. Vous avez la parole.

Mme Josie d'Avernas (partenaire, RBJ Health Management Associates, Centre for Health Promotion): Monsieur le président, mesdames et messieurs du Comité permanent, je vous remercie de m'avoir accordé cette occasion, au nom du Centre de la promotion de la santé, de vous décrire certains des résultats de l'étude entreprise par l'université de Toronto. On vous en a déjà parlé à plusieurs reprises ce matin.

Je vous affirme, et je vous fournirai des preuves pour étayer mon affirmation, qu'il y a suffisamment de preuves comme quoi les emballages banalisés réduiraient l'attrait des cigarettes pour les jeunes et on réduirait ainsi la consommation.

J'ai été formée comme chercheuse. J'ai une maîtrise en études de la santé de l'université de Waterloo. Je me suis surtout spécialisée dans la conception et la méthodologie de la recherche, et j'ai 15 années d'expérience en recherche pour la promotion de la santé.

Je représente aujourd'hui le Centre for Health Promotion de l'université de Toronto, qui a mis sur pied un comité consultatif de l'Ontario composé de neuf membres chargé d'effectuer des travaux de recherche sur l'emballage neutre. Il s'agit d'un comité de recherche, composé de neuf chercheurs de l'université de Toronto, de l'université Ryerson, de l'université York et de l'université de Chicago dans l'Illinois. Nous avons également des experts conseil universitaires, y compris le docteur Kindra de l'université d'Ottawa et le docteur Rob Donovan de l'université de Western Australia.

Ma compagnie, et moi en particulier, participent au projet à titre de personnel pour le compte de ce comité consultatif scientifique sur l'emballage banalisé. Le Comité a été constitué il y a un an et demi, et nous avons entrepris une série de trois études; aujourd'hui, j'aimerais faire rapport sur les deux premières études qui sont terminées. Mon mémoire donne les résultats de ces deux études, et la troisième est toujours en cours. La troisième étude a été faite à partir d'un échantillon beaucoup plus vaste, plus représentatif de la jeunesse ontarienne.

[Texte]

[Traduction]

• 1102

• 1104

In the first presentation of this morning you heard that our study showed that more teenagers chose plain packs than regular packs when given a choice of various consumer products. I would like to suggest to you that this is an absolutely unfair and inappropriate presentation of the results of this research, and I would like to elaborate on that first of all.

We conducted as part of the research, on a pilot basis, an intervention whereby young people were given a choice of three items as payment for their participation in the focus groups that we conducted. That was done at the beginning of the focus group, not at the end, before they knew the purpose of the study. They had a choice of four packages of cigarettes, a compact disk of their choice, or four movie passes to a movie of their choice. Some people got plain packaging as their choice; some people got regular packaging as their choice.

This was only completed with a part of our sample—16-to 17-year-olds—because we didn't feel it was ethically appropriate to offer under 16-year-olds cigarettes. By the way, we never followed through with the gift. We gave them \$20 instead, so people never did receive free cigarettes. Nevertheless we only included 16-to 17-year-olds, and only smokers were interested in cigarettes as a product choice. The sample size for this particular intervention was 21; that is one-sixth of our total sample size. Therefore, because of the small numbers, one person can make a 20 percentage point difference.

The purpose of doing this intervention in this study was to pilot-test the procedure so we could fine-tune it and examine it with statistical integrity in our larger study, study three, which is currently under way. The reason we wanted to test that so carefully is that we were afraid of the novelty effect. The novelty effect is something whereby people will choose a new and different item simply because it's new and different. It has nothing at all to do with the attributes of the item. We felt that because plain packs are new and different, people might choose them over and above the regular packs, which has nothing at all to do with their choice between brand and regular packs.

We in fact found that the novelty effect was operating in our research. People reported to us that they chose the plain packs because they were different and because they couldn't get them elsewhere, so they could bring these packs, show them to their friends and talk about it to their friends—look what we might be seeing in the next few years.

That led us to conclude that this particular test of the impact of plain packaging is probably not a valid test. We are currently working on revising the procedure or changing it with a different procedure for our study three. I wanted to give that elaboration on that particular aspect because I think it's been unfairly represented in some of the previous presentations.

Dans le premier exposé de ce matin, on vous a dit que notre étude démontrait qu'un plus grand nombre d'adolescents choisissaient les paquets génériques de préférence aux paquets courants quand on leur présentait divers produits de consommation. Je tiens à vous dire que c'est voir sous un angle absolument injuste et inapproprié les résultats de cette recherche, et c'est par là que je vais commencer.

Au cours de notre recherche, et c'était un projet pilote, nous avons demandé à des jeunes de choisir entre trois articles pour les dédommager de leur participation dans les divers groupes cibles que nous avions constitués. Nous leur avons demandé cela au début, et non à la fin, avant qu'ils connaissent le but de l'étude. On leur a proposé quatre paquets de cigarettes, un disque compact ou quatre laissez-passer pour le cinéma. Certains ont choisi les paquets génériques et d'autres les paquets courants.

Nous n'avons offert cela qu'au groupe des 16 à 17 ans, car nous pensions qu'il était inconvenant d'offrir des cigarettes à des jeunes de moins de 16 ans. Soit dit en passant, nous n'avons jamais donné de cigarettes. À ceux-là, nous avons plutôt donné 20\$, de sorte que personne n'a jamais reçu de cigarettes gratuites. Néanmoins, nous n'avons retenu que le groupe de 16 à 17 ans, et seulement les fumeurs ont choisi les cigarettes. Ce groupe était constitué de 21 personnes, soit un sixième de tout l'échantillon. Par conséquent, étant donné le petit nombre, une personne peut faire une différence de 20 p. 100.

Si nous avons fait cela lors de cette étude, c'était pour expérimenter la procédure afin de pouvoir la peaufiner et l'examiner avec intégrité statistique pendant l'étude principale, la troisième étude, qui n'est pas terminée. Si nous voulions faire ce test avec tant de soins, c'est que nous craignions l'effet de nouveauté. Il y a effet de nouveauté quand les gens choisissent un article simplement parce qu'il est nouveau et différent. Cela n'a rien à voir avec les caractéristiques de l'article. Nous pensons que parce que les paquets banalisés sont nouveaux et différents, les gens les choisiront de préférence aux paquets courants, et cela n'indiquerait rien quant à leur choix par rapport aux paquets de marque.

Nous avons constaté que l'effet de nouveauté a joué dans notre recherche. Les gens nous ont dit qu'ils avaient choisi les paquets banalisés parce qu'ils étaient différents et qu'ils ne pouvaient pas les obtenir ailleurs. Ils voulaient avoir ces paquets pour les montrer à leurs amis et en parler—dire par exemple voilà le paquet de cigarettes de l'avenir.

Cela nous a amené à conclure que ce test visant à vérifier l'incidence de l'emballage banalisé n'était probablement pas valide. Nous sommes en train de revoir la procédure pour la modifier dans notre troisième étude. Je voulais donner ces explications parce que, dans les exposés que nous venons d'entendre, l'interprétation qu'on a donné à cet élément est injuste.

[Text]

There are other components of the study with our full sample of 129 young people that provide some very strong and compelling evidence in support of the fact that plain packaging will decrease the appeal of smoking to young people. This was a pilot study, but the effects on the image were so consistent that I think it provides a very compelling case for plain packaging.

On the first overhead on the board... we really looked at two ways in which plain packaging might decrease consumption among young people. We looked at decreasing positive imagery. The pack itself is less appealing and therefore decreases the image of smoking. The other pathway through which plain packaging might have an effect is by increasing the prominence and believability, and perhaps memory, of the health warning information. Those two things together, we hypothesize, would work to decrease smoking onset among youth.

We measured all three of those parts of the triangle that you see upon the slide. I'd like to just highlight some parts of this. The results were most consistent and strongest for the first... at the top left: plain packaging decreased positive imagery for young people.

[Translation]

Il y a d'autres volets de l'étude portant sur notre échantillon total, 129 jeunes gens, qui fournissent des preuves solides et convaincantes quant au fait que l'emballage banalisé va diminuer l'attrait du tabagisme chez les jeunes. Il s'agissait d'une étude pilote mais le résultat quant à l'image était si constant que je pense que cela permet de tirer des conclusions probantes en faveur de l'emballage générique.

Sur la première diapositive... nous avons envisagé deux façons par lesquelles l'emballage générique pourrait faire baisser la consommation chez les jeunes. Nous avons étudié la baisse de l'image positive. Le paquet lui-même est moins attrayant et, par conséquent, diminue l'attrait du tabagisme. L'emballage banalisé pourrait par ailleurs avoir pour incidence de raffermir la crédibilité et la proéminence des mises en garde pour la santé, qui pourraient être ainsi mieux retenues. Selon nos hypothèses, les deux éléments réunis pourraient contribuer à empêcher que les jeunes commencent à fumer.

Nous avons mesuré les trois composantes du triangle qui est projeté sur l'écran. Je voudrais en souligner quelques éléments. C'est dans le cas du premier que les résultats se sont révélés les plus probants et les plus constants... l'emballage banalisé affaiblit l'image positive pour les jeunes gens.

• 1110

One of the things we did was to show 12-to 17-year-old kids a package like this, a regular brand pack of cigarettes, and we gave them a list of words and asked how they would describe a user of a cigarette packaged this way. We had a list of words that were half positive attributes, half negative attributes. Kids circled those things that described a user of a package packaged this way. When we showed them this package, they circled words like smart, cool, with-it, athletic, buys the best, fun, popular. These weren't all our words. We had some words but we also asked them to list their own words, and those included: preppy, rocker, outgoing, partyer, well-respected, fun to be with, cares about appearances. Those were all words that came out when we showed them this pack.

When we showed them a mock-up of a plain package, the words that came out were almost invariably negative rather than positive for a user of a package like this: wimpy, gross, boring, a goodie-goodie. Being a goodie-goodie is very negative among 12-to 17-year-olds. Other terms were: buys the cheapest, geeky, will try anything. Additional words that the kids wrote in were: loser, dirty, old, out of it, fifties-type person—nothing wrong with that, I don't think—fat, stupid, no life, desperate. Those are some of the words the kids came up with when we showed them this package. Those results, as I said, were very strong and very consistent across the 20 focus groups we conducted.

We also asked them to give us their reactions to this, and one of the things that several people said was the buff colour we chose was less appealing than white. White sometimes has a clean look to it; this has an old antique look. They said also the

Nous avons montré à des jeunes de 12 à 17 ans des paquets de cigarettes comme celui-ci, des cigarettes de marque, et nous leur avons donné une liste de mots parmi lesquels ils devaient choisir pour décrire le consommateur de ce genre de cigarettes. Notre liste contenait pour la moitié des attributs positifs, et pour l'autre des attributs négatifs. Les jeunes devaient encercler le mot qui décrivait le consommateur de cigarettes contenues dans ce genre de paquet. Quand nous leur avons montré ce paquet, ils ont encerclé des mots comme chic, branché, athlétique, super, amusants, dans le vent. Ce ne sont pas tous des adjectifs que nous suggérions nous-mêmes. Nous en avons suggéré quelques-uns, mais nous leur demandions d'ajouter leurs propres adjectifs et ils ont dit notamment: zazou, rocker, ouvert, fêtard, respecté, marrant, bon chic, bon genre. Voilà le genre d'adjectifs que la vue de ce paquet a suscitées.

Quand nous leur avons montré une maquette d'un paquet banalisé, les adjectifs étaient presque invariablement négatifs plutôt que positifs pour désigner le consommateur de telles cigarettes: fils à papa, grotesque, rasoir, sainte nitouche. Etre sainte nitouche, c'est très négatif quand on a entre 12 et 17 ans. D'autres adjectifs encore: radin, niaiseux, crédule. Les enfants ont encore utilisé d'autres termes: battu d'avance, sale, vieux, un métro de retard, année 50—je ne vois rien de mal à cela, personnellement—gros, stupide, terne, désespéré. Voilà donc les termes utilisés par les jeunes à la vue de ce paquet. Ces résultats, je l'ai dit, étaient très constants et fort probants dans les 20 groupes cible.

Nous leur avons également demandé leur réaction à ceci, et une chose que plusieurs ont dite, c'est que cette couleur chamois était bien moins attrayante que le blanc. Le blanc est synonyme de propreté. Cette couleur est un peu vieillotte. Ils

[Texte]

plain packaging made the package and the behaviour of smoking look more serious. That was one of the spontaneous comments we got from several people in several of the groups. On the other hand, this kind of packaging was reported to make smoking look fun.

We also asked people to rate these two packages on bipolar rating scales, adjective pairs. There were nine different pairs, there were both smokers and non-smokers, and if you look up on the screen you can see that on the left-hand side is the rating for plain packs and on the right-hand side is the rating for the brand packs, in the orange. The ratings were almost invariably on the positive side of the dimension when the brand pack was shown and on the negative side of the dimension when the plain pack was shown, for all the attributes we measured. What's up there right now is the non-smoker ratings. The ratings for smokers were very similar—not quite as distinct but still, very clearly, the pattern was very much the same.

We also assessed the impact on prominence and believability and recall of the health warnings. Kids reported to us that the plain pack makes the health warning more prominent and, not only that, it makes the package more serious. Those two things together really contributed to making the behaviour of smoking look more serious. They also reported that because it's on a plain package it increases the believability of the health warning. This is, again, that serious nature. It makes the whole package look more serious, so the warning is more believable when it's put on a plain package.

However, we found that did not necessarily improve recall of the health warning. We did a little measurement, where we showed them the pack for 20 seconds and then pulled it away and then gave them an outline of a package and asked them to describe, to write, to draw everything they remembered about the package. We did it for the plain packs and we did it for the regular packs. Then we analysed that to see whether more people in the plain-packs drawings remembered the warning as compared to the brand packs, the hypothesis being that you remove some of the competing stimuli, the colour, the logos, and that sort of thing, there's less to look at, so you're drawn more to the warning. We did not find that. We found the memory of the health warning was equal for the brand versus the plain packs condition.

[Traduction]

ont également dit que l'emballage banalisé rendait le paquet plus sérieux, tout comme aussi le fait de fumer. C'est un des commentaires spontanés que nous avons recueillis de plusieurs d'entre eux, dans plusieurs groupes. Par ailleurs, ils ont dit que ce genre de paquet donnait l'impression que le tabagisme était une activité marrante.

Nous avons également demandé aux jeunes de classer ces deux paquets sur une échelle d'évaluation bipolaire, avec des paires d'adjectifs. Il avait neuf paires différentes, et parmi les répondants il y a avait des fumeurs et des non-fumeurs. Sur l'écran vous voyez qu'à gauche il y a l'évaluation des paquets banalisés et, à droite, l'évaluation des paquets de marque, en orange. Presque invariablement, les cotes, quand on montrait le paquet de marque étaient du côté positif, alors qu'elles étaient du côté négatif quand on montrait le paquet banalisé, pour tous les attributs mesurés. Ce que vous avez à droite, c'est l'évaluation des non-fumeurs. L'évaluation des fumeurs est tout à fait semblable—pas aussi marquée mais quand même, la tendance est très clairement la même.

Nous avons également vérifié l'incidence de la proéminance, de la crédibilité et de l'assimilation des mises en garde pour la santé. Les enfants nous ont dit que le paquet banalisé rendait la mise en garde plus proéminente, et qu'en plus le paquet avait un aspect plus sérieux. Voilà deux éléments qui, réunis, contribuent à rendre le tabagisme plus sérieux. Ils ont également dit qu'imprimée sur un paquet banalisé, la mise en garde pour la santé revêtait une crédibilité accrue. Voilà encore l'aspect sérieux. La banalisation rend tout le paquet plus sérieux, si bien que la mise en garde est plus crédible quand elle est imprimée sur un paquet banalisé.

Toutefois, nous avons découvert que cela n'améliore pas nécessairement l'assimilation du message de mise en garde. Nous avons pris quelques mesures en leur montrant le paquet pendant 20 secondes et en leur demandant ensuite, après leur avoir donné une description d'un paquet, de décrire, ou de dessiner tout ce dont ils se souvenaient. Nous l'avons fait pour le paquet banalisé et pour le paquet normal. Quand on a analysé les résultats pour voir s'ils étaient plus nombreux à se rappeler la mise en garde sur les paquets banalisés que sur les paquets courants—l'hypothèse étant que si on enlève des éléments qui peuvent capter l'attention comme la couleur, les logos, et ce genre de choses, il y a moins de sollicitations de l'œil, et la mise en garde prend du relief. Cette vérification n'a cependant pas été concluante. Nous avons constaté que l'assimilation de la mise en garde contre la santé se faisait au même degré dans le cas du paquet banalisé et dans celui du paquet normal.

• 1115

Nevertheless, 70% remembered the warning at least in content: "Smoking causes lung disease", or something like that. So they didn't always remember the exact wording, but 70% remembered the content of the warning.

I want to suggest that plain packaging is still important and health warnings, even though they didn't necessarily improve recall, are still important. Health warnings can further detract from positive imagery by making the package look more serious. That was reported to us repeatedly.

Néanmoins, 70 p. 100 se souvenaient au moins du contenu de l'avertissement: «fumer provoque des maladies pulmonaires», ou quelque chose de ce genre. Ils ne se souvenaient donc pas toujours du libellé exact, mais 70 p. 100 se souvenaient plus ou moins du message.

Je veux simplement dire que la banalisation de l'emballage reste importante, et que les avertissements concernant la santé, même s'ils ne s'inscrivent pas complètement dans la mémoire, restent toujours importants. Les avertissements peuvent faire encore plus réduire l'attrait de fumer en donnant un air plus sérieux à l'emballage. C'est ce qui nous a souvent été répété.

[Text]

So even though people may not remember them more, they make the whole thing look more serious. Again, I suggest that even though the number of people who remembered the warning was not greater for plain versus brand, remember that 70% in both instances remembered at least the content of the warning, the fact that it was on the pack, and its location on the pack.

We also did some work to assess the likely impact on behaviour. One of the things we did was product choices, which I described at the beginning of my presentation. We also asked people to indicate how much they'd be willing to pay for cigarettes in a plain package compared to cigarettes in a brand package. We used the standard of \$5 for brand packages. This was before the price reductions.

Most people, two-thirds of smokers and three-quarters of non-smokers, gave a price of less than \$5 for the plain pack, most indicating a price between \$3 and \$4.50. They were less willing to pay more for cigarettes packaged in plain packages than in regular packages. We assured them it would be the same product but in a different package.

We also asked people, if all cigarettes were packaged this way, would more, fewer, or the same number of people your age smoke? We specifically asked about "people your age" instead of "would you smoke", because focus-group experience and measurement experts have indicated that when you ask about impacts on "you", especially when it's adults speaking to youth about behaviours not socially sanctioned for young people, they will be inclined to give a socially desirable response. They will bias their responses to say what they think the interviewer wants to hear. When you ask the question in terms of "people your age", it impersonalizes it for the individual and they're less inclined to bias their response in a socially desirable direction. We found that almost half of smokers and over half of non-smokers said that fewer people their age would smoke if cigarettes were packaged that way.

I will stop there and entertain questions.

One final point I want to make, though, is that this is one study of at least four I know of that support the impact of plain packaging on reducing the appeal, and therefore the prevalence, of smoking to young people. There are some studies that have been done in New Zealand and Australia as well that provide fairly compelling evidence for the value of plain packaging.

M. de Savoye: Merci, monsieur le président. Madame d'Avernas, votre méthodologie ou la méthodologie qui a été suivie m'apparaît, à première vue, fort crédible. Cependant, toutes ces expériences sont dans le très court terme. Maintenant, on vous présente ceci. Qu'en pensez-vous?

Malheureusement, on n'a pas fait de recherche sur la persistance de cette perception dans le moyen et dans le long termes. Par exemple, si quelqu'un était exposé, pendant six mois, à un emballage banalisé, maintiendrait-il cette perception ou en aurait-il une nouvelle? On n'a pas mesuré l'impact des contremesures que l'industrie du tabac pourrait mettre en place.

[Translation]

Même si les gens ne s'en souviennent peut-être pas plus, ils rappellent la gravité du problème. Encore une fois, même si le nombre de ceux qui se souviennent de l'avertissement n'est pas plus important pour les paquets banalisés que pour les paquets normaux, n'oubliez pas que, dans les deux cas, 70 p. 100 se souvenaient au moins du contenu de l'avertissement, de sa présence sur le paquet et de son emplacement sur le paquet.

Nous avons fait aussi quelques sondages pour mesurer les conséquences éventuelles sur le comportement. Entre autre, nous avons interrogé les gens sur leurs critères de choix, comme je l'ai indiqué au début de ma présentation. Nous leur avons aussi demandé de nous dire quel prix ils seraient prêts à payer pour des cigarettes dans des paquets banalisés par rapport à des cigarettes dans des paquets de marque. Nous avons pris comme norme 5\$ pour les paquets de marque. C'était avant la réduction des prix.

La majorité, les deux tiers des fumeurs et les trois quart des non-fumeurs, ont donné un prix de moins de 5\$ pour les paquets banalisés, la plupart indiquant un prix allant de 3 à 4,50\$. Ils étaient moins prêts à payer plus pour des cigarettes emballées dans des paquets banalisés que dans des paquets de marque. Nous les avions assurés que ce serait le même produit, mais dans un paquet différent.

Nous leur avons aussi demandé: si toutes les cigarettes étaient emballées de cette manière y aurait-il plus, moins ou le même nombre de gens de votre âge qui fumerait? C'est exprès que nous leur avons dit «gens de votre âge» plutôt que «fumeriez-vous», parce que l'expérience de ce genre de sondage nous montre que lorsqu'on demande des réactions personnelles surtout lorsque ce sont des adultes qui s'adressent à des jeunes pour les questionner sur des comportements qui ne sont pas sanctionnés socialement par la jeunesse, les jeunes ont tendance à donner une réponse socialement souhaitable. Ils donnent la réponse qu'ils pensent qu'on attend d'eux. Quand on leur parle des gens de leur âge, la réponse est dépersonnalisée et ils ont moins tendance à donner une réponse socialement acceptable. Presque la moitié des fumeurs et un peu plus de la moitié de non-fumeurs nous ont répondu qu'il y aurait une diminution du nombre de fumeurs chez les gens de leur âge si les cigarettes étaient emballées de cette manière.

Je m'arrêterais là pour répondre à vos questions.

Un dernier point, cependant. Ce n'est là qu'une des études sur au moins quatre que je connais, qui conclut que cette banalisation des paquets, faisant disparaître leur côté séducteur, est susceptible de faire diminuer la consommation de cigarettes chez les jeunes. Certaines études réalisées en Nouvelle-Zélande et en Australie démontrent aussi la réalité de l'impact des emballages banalisés.

M. de Savoye: Thank you, Mr. Chairman. Mrs. d'Avernas, your methodology or the methodology that was followed appears to me, at first sight, to be very credible. However, all of that research is in the very short term. This is the new product. What do you think?

Unfortunately, no research was made on the consistency of that perception in the medium and long terms. For instance, if a person was exposed for six months to plain packaging would he or she maintain that perception or would they develop a new one? The impact of potential countermeasures by the industry has not been assessed.

[Texte]

Quoi que les résultats de votre recherche m'apparaissent fort crédibles dans le court terme, ne risquons-nous pas, après six mois, un an, trois ans d'être de retour à la case départ?

Ms d'Avernas: I don't think we would be back to square one in the long term. I agree that the results do not measure the impact of plain packaging in the long term. It's very difficult, if not impossible, to measure that without some very large-scale longitudinal study where plain packs is the only product of choice in a particular area. The question came up this morning about whether I would support a study where one area of the country had plain packs available, and only plain packs, to look at what kind of impact that would have on consumption. I would very much support that kind of a research direction. As researchers, we cannot do that.

• 1120

Mr. de Savoye: Every study has its merits and its limits, and you've been kind enough to indicate both to us.

Thank you.

Mr. Patry: Merci beaucoup, monsieur le président. Merci, madame d'Avernas.

Vous avez parlé, à la fin, de deux études qui ont été faites dans deux pays, la Nouvelle-Zélande et l'Australie. On en a déjà parlé à ce Comité. Personne ne peut me donner de réponse, et vous les avez peut-être, sur l'emballage neutre. Suite à ces études, pouvez-vous me dire pourquoi ces deux pays n'ont pas adopté de législation à cet effet ou savez-vous s'ils ont l'intention d'en adopter dans le futur?

Ms d'Avernas: I can give you a very naive answer to that question. I am aware that they're in the process of moving on that agenda, and they just haven't gone through the whole process. There are some additional studies under way and it's still being considered.

Mr. Patry: Ma deuxième question, monsieur le président, est très hypothétique, une fois de plus. Si vous aviez le choix entre un emballage neutre avec des *health warnings* ou une amélioration des *health warnings* comme tels sur les paquets, auriez-vous un choix? Quel serait votre choix?

Ms d'Avernas: I would choose to put cigarettes in plain packages, because the part I didn't talk about was the results of our study one, which were interviews with 27 researchers in marketing and in tobacco research. There was consensus among those researchers that plain packaging will break the link to the sponsorship advertising that's happening, that you heard from the Quebec presentation. I think it's a powerful line that would be broken with plain packaging, and health warnings would not accomplish that.

Le président: Madame Picard.

Mme Picard: C'était la même question que le docteur Patry.

The Chairman: If you stay around long enough, we ask all the right questions.

Mr. Maloney (Erie): My question was a little bit along that line. The cigarette industry has introduced, or will be introducing, this compromise pack. Have you given any thought to including this compromise pack in your studies as a third option: the current packaging situation, the plain pack and the compromise pack? What impact might that have?

[Traduction]

Although the results of your research appear to me quite credible in the short term, do we not run the risk, after six months or a year or three years to be back at square one?

Mme d'Avernas: Je ne crois pas que nous nous retrouverions à la case départ à long terme. J'admet que ces résultats ne mesurent pas l'impact de l'emballage banalisé à long terme. Il est très difficile à mesurer, sinon impossible à mesurer sans une étude longitudinale à grande échelle où le seul produit offert dans une région bien définie serait le paquet banalisé. On m'a demandé ce matin ce que je penserais d'une étude portant sur une région du pays, où seuls seraient vendus des paquets banalisés pour en mesurer l'impact sur la consommation. J'y serais tout à fait favorable. Mais en tant que chercheurs, nous ne pouvons pas faire cela.

• 1120

M. de Savoye: Toute étude a ses mérites et ses limites, et vous avez eu la gentillesse de nous les indiquer.

Merci.

Mr. Patry: Thank you very much, Mr. Chairman. Thank you, Mrs. d'Avernas.

At the end of your presentation, you told us of two studies that were made in two countries, New Zealand and Australia. We already addressed that issue in this Committee. Nobody can give me that answer, and maybe you have it, on plain packaging. Following those studies, can you tell me why those two countries have not passed legislations to that effect or do you know if they intend to pass one in the future?

Ms d'Avernas: Je vous répondrai bien honnêtement. Ils étudient la question et n'ont pas encore terminé. Ils doivent terminer encore quelques études avant de se décider.

Mr. Patry: My second question is a very hypothetical one. If you had the choice between plain packaging with health warnings or an improvement to the health warnings on the packages, what would you chose?

Mme d'Avernas: Je choisirais l'emballage neutre parce que la partie dont je ne vous ai pas parlé concerne les résultats de notre première étude auprès de 27 chercheurs en marketing et dans l'industrie du tabac. Ils ont été unanimes à reconnaître que l'emballage neutre mettrait un terme à la publicité de commandite dont ont parlé tout à l'heure les témoins du Québec. Les conséquences seraient très importantes, beaucoup plus qu'un simple effort supplémentaire au niveau des avertissements.

The Chairman: Mrs. Picard.

Mrs. Picard: My question was the same as Dr. Patry's.

Le président: Il suffit de rester assez longtemps pour entendre toutes les bonnes questions.

Mr. Maloney (Erie): Ma question va un peu dans le même sens. L'industrie de la cigarette a proposé ou est sur le point de proposer une solution de compromis. Avez-vous pensé à inclure cette solution de compromis dans vos études comme troisième option: les paquets actuels, les paquets banalisés et la solution compromis? Quel pourrait en être l'impact?

[Text]

Ms d'Avernas: I'm not aware of the compromise pack. Can you describe that more?

Mr. Maloney: It has a much more prominent health warning on it, substantially more prominent. Do you feel that may be worthy of exploration?

Ms d'Avernas: We would happily include that in our study three if that would be. . . Our study three is just beginning, and we're in the process right now of firming up the protocol for it. It will involve 70 classrooms in Ontario, and there will be a sample from the United States through the University of Chicago. There will also be 20 focus groups, including 2 focus groups of adults, to explore the impacts of plain packaging on adults.

So that is a larger study, a larger sample size, and we hopefully will get more definitive answers on the health warning part of it. I think we have good answers on the imagery part, but on the health warning part and on the. . . We'll get verification of our results in that study. So we're still at a point where we could include that kind of a condition to the research, and we'd happily do so.

The Chairman: Thank you very much, Ms d'Avernas. You also set some precedents in terms of brief responses. We hope others will take a page out of your book. Brief and informed responses. Thank you very much.

• 1125

• 1128

We call the next witnesses, from the Ontario Campaign for Action on Tobacco.

Welcome, Mr. Perley. Would you introduce your colleagues, please.

Mr. Michael Perley (Director, Ontario Campaign for Action on Tobacco): Thank you, Mr. Chairman. Merci, monsieur le président. Ladies and gentlemen, membres du Comité, my name is Michael Perley. I am the Director of the Ontario Campaign for Action on Tobacco. Our campaign was founded by several major health agencies in Ontario, including the Heart and Stroke Foundation of Ontario, the Lung Association of Ontario, the Canadian Cancer Society's Ontario division, the Ontario Medical Association, and the Non-Smokers' Rights Association. Our supporters include another 20-odd health agencies.

Our purpose in coming together a couple of years ago was to move the Ontario legislature to adopt a bill that would reduce access of young people to tobacco products. That bill, which is Bill 119, the proposed Tobacco Control Act, has now received second reading and is in Committee of the Whole as we speak.

Very briefly, that bill does a number of things, including eliminating tobacco sales in pharmacies, effective December 31; placing a statutory prohibition on retail sales of tobacco to young people, minors under the age of 19 in Ontario; allowing for provincial health warnings; and permitting the government to make regulations on the packaging of tobacco products.

[Translation]

Mme d'Avernas: Je ne suis pas au courant de cette solution de compromis. Pourriez-vous la décrire un peu plus?

M. Maloney: C'est un paquet avec un avertissement beaucoup plus présent, qui prend beaucoup plus de place. Pensez-vous que cela mérite réflexion?

Mme d'Avernas: Nous l'inclurons volontiers dans notre troisième étude si cela. . . Notre troisième étude vient tout juste de commencer et nous sommes actuellement en train d'en déterminer le protocole exact. Elle portera sur les étudiants de 70 classes en Ontario, et il y aura un échantillon américain représenté par l'Université de Chicago. Il y aura aussi 20 groupes cibles, dont deux composés d'adultes, pour mesurer l'impact de l'emballage banalisé sur les adultes.

Cette étude sera donc plus large, l'échantillon sera plus large, et nous espérons avoir des réponses plus définitives sur l'impact réel des mises en garde. Je crois que nous avons de bonnes réponses sur les éléments séduisants de la présentation, mais sur les messages d'avertissement eux-mêmes et sur. . . Cette étude nous permettra de vérifier nos résultats. Il est encore temps d'inclure cette troisième option, et nous le ferons volontiers.

Le président: Merci beaucoup, madame d'Avernas. Nous établirons aussi des précédents au niveau des réponses. Il est à espérer que les autres témoins suivent votre exemple. Des réponses brèves qui montrent que vous connaissez bien le sujet. Merci beaucoup.

• 1125

J'invite maintenant à comparaître les représentants de la Campagne ontarienne d'action contre le tabac.

Je vous souhaite la bienvenue, monsieur Perley. Auriez-vous l'amabilité de nous présenter vos collègues.

M. Michael Perley (directeur, Campagne ontarienne d'action contre le tabac): Merci, monsieur le président. Mesdames et messieurs les membres du Comité, je m'appelle Michael Perley. Je suis directeur de la Campagne ontarienne d'action contre le tabac. Notre campagne a été fondée par plusieurs grands organismes des milieux de la santé en Ontario: la Fondation de l'Ontario des maladies du cœur, l'Association pulmonaire de l'Ontario, la section de l'Ontario de la Société canadienne du cancer, la Ontario Medical Association ainsi que l'Association pour les droits des non-fumeurs. En tout, nous recevons l'appui d'une vingtaine d'organismes.

Nous nous sommes regroupés il y a quelques années pour convaincre le gouvernement ontarien d'adopter une loi qui limiterait l'accès des jeunes aux produits du tabac. Il existe aujourd'hui un projet de loi, qui porte le numéro 119 et intitulé Loi réglementant le tabac, qui a reçu la deuxième lecture et fait actuellement l'objet d'un débat en Comité plénier.

Le texte prévoit plusieurs mesures: l'élimination des ventes de tabac dans les pharmacies à compter du 31 décembre, l'interdiction de la vente au détail de produits du tabac aux mineurs, c'est-à-dire aux jeunes de moins de 19 ans en Ontario; l'adoption de mises en garde provinciales contre le tabac et le pouvoir, pour le gouvernement, d'adopter des règlements relatifs au conditionnement des produits du tabac.

[Texte]

Those are the campaign's overall objectives and agenda. I won't take much more time for my part of the presentation, because I'd like to introduce our expert witnesses to you at this point in time.

With me today are Messrs. Richard Swan and Robert Cosman from the law firm of Fasken, Campbell, Godfrey, who will be addressing issues respecting whether plain packaging is legally sustainable under the Charter of Rights. We've asked Mr. Swan and Mr. Cosman to address these issues for you today and to be prepared to respond to questions I know you have about the legal issues in respect of plain packaging.

Also with me today is Mr. Martin Rothstein, who is the president and chief executive officer of one of Canada's leading advertising agencies, MacLaren Lintas. Mr. Rothstein is also president of the Heart and Stroke Foundation of Ontario. He'll be speaking to you today about a number of aspects of the packaging of cigarettes insofar as that includes an advertising function and has an impact on young people's consumption of cigarettes.

• 1130

I've used for illustrations, today, some collages which you've seen, from the Quebec Council on Smoking and Health. These are more for your information as Mr. Rothstein proceeds. They will be used to illustrate some points he'd like to make about the links between packaging and sponsorship advertising, and their impact on young people.

I'd like to conclude my remarks at this point, because the purpose of our presentation today is to have our experts speak to you in more detail about legal and advertising related issues. I'll ask Messers. Swan and Cosman to lead off.

Mr. Robert Cosman (Senior Counsel, Fasken Campbell Godfrey): Mr. Chairman, as you have been informed, Mr. Swan and I are legal counsel to the Ontario Campaign. Our role has been to provide the Ontario Campaign with legal advice on the validity of plain packaging legislation. In particular, we have focused on whether such legislation would be upheld in the face of a challenge to it in a court of law. We are not here today to advance arguments in support of such legislation. You've heard from other parties in that regard.

We have been asked rather, as legal counsel to the campaign, to inform the committee briefly as to the results of our research and analysis on the kinds of issues that would arise if the tobacco companies launched a constitutional attack on any plain packaging legislation that you saw fit in the public interest to enact.

The tobacco companies, as you know, have asserted that legislation that abridges their ability to promote or advertise their products is a violation of their Charter of Rights' freedom of expression. As you know, they have taken lengthy proceedings in Quebec, both at the trial division and in the Quebec Court of Appeal, challenging the Tobacco Products Control Act enacted by the Parliament of Canada.

That challenge, as you also undoubtedly know, was unsuccessful in the Quebec Court of Appeal and the federal legislation was upheld. That case is before the Supreme Court of Canada, leave to appeal having been granted. We should have the result of that, or the appeal, in any event, should be heard before the end of this year.

[Traduction]

Tel est donc le programme d'action et les objectifs de notre campagne. Je ne participerai pas davantage à l'exposé puisque je voudrais maintenant vous présenter nos experts.

Je suis accompagné de MM. Richard Swan et Robert Cosman, du cabinet d'avocats Fasken, Campbell, Godfrey, qui discuteront de la conformité à la Charte des droits et libertés de la banalisation de l'emballage. Nous avons demandé à MM. Swan et Cosman de discuter de ces questions aujourd'hui avec vous et de répondre aux questions que vous avez sans doute concernant l'aspect juridique de la banalisation de ces produits.

Je suis également accompagné de monsieur Martin Rothstein, président directeur général de l'une des plus grandes agences de publicité du Canada, MacLaren Lintas. M. Rothstein est aussi président de la Fondation de l'Ontario des maladies du cœur. Il vous parlera aujourd'hui du conditionnement des cigarettes, sous plusieurs angles, notamment celui de la publicité et de l'influence qu'elle exerce sur la consommation de cigarettes par les jeunes.

• 1130

Pour illustrer mon propos, j'ai ici un certain nombre de collages, que vous avez déjà vus, qui viennent du Conseil québécois sur le tabac et la santé. Vous pourrez en prendre connaissance pendant l'exposé de M. Rothstein. Je m'en servirai pour illustrer certains de ses arguments à propos des liens entre le conditionnement et la publicité de commandite, ainsi que leur effet sur les jeunes.

Je vais m'interrompre ici étant donné que l'exposé d'aujourd'hui a pour but de donner la parole aux experts, qui vous expliqueront en détail les questions de droit et de publicité. Je vais demander à MM. Swan et Cosman de commencer.

M. Robert Cosman (avocat principal, Fasken, Campbell, Godfrey): Monsieur le président, comme on vous l'a dit, M. Swan et moi-même sommes les conseillers juridiques de la campagne ontarienne. Nous lui offrons nos avis juridiques sur la validité de la loi relative à la banalisation de l'emballage. En particulier, nous avons voulu déterminer si cette loi résisterait à une contestation judiciaire. Nous ne sommes donc pas ici pour avancer des arguments en faveur de la loi. Vous avez déjà entendu des parties qui l'ont fait.

À titre de conseiller juridique de la campagne, on nous a plutôt demandé de communiquer brièvement aux membres du comité les fruits de notre recherche et de notre analyse concernant les problèmes qui pourraient surgir si les compagnies de tabac contestaient la constitutionnalité d'une loi imposant la banalisation des emballages, si vous jugez qu'une telle loi est dans l'intérêt public.

Comme vous le savez, les compagnies de tabac affirment qu'une loi qui les empêche de faire la promotion ou la publicité de leurs produits enfreint la liberté d'expression que leur confère la Charte des droits et libertés. Comme vous le savez, elles ont intenté des poursuites laborieuses au Québec, aussi bien en première instance qu'à la Cour d'appel du Québec, dans le but de contester la loi réglementant les produits du tabac, votée par le Parlement canadien.

Comme vous le savez sûrement, le plaignant a été débouté à la Cour d'appel du Québec et la loi fédérale a été validée. Comme l'autorisation d'interjeter appel a été donnée, l'affaire est actuellement devant la Cour suprême du Canada. L'appel devrait être entendu d'ici la fin de l'année.

[Text]

The health care community expects similar attacks to be launched against any plain packaging legislation that you might enact. The tobacco companies have not been shy or restrained, nor have they missed any opportunity to launch legal proceedings against legislation that has similar objectives.

They attempted unsuccessfully to persuade the Supreme Court of Canada this year to prohibit the government from bringing into force new regulations requiring stricter health warnings while the appeal was pending before the Supreme Court of Canada. The tobacco companies also attempted, again unsuccessfully, to prevent the health community from even being heard by the Supreme Court of Canada as interveners in the Supreme Court of Canada appeal. Accordingly, additional challenges are expected by the health community directed at thwarting or delaying any further legislative action that you might take.

With respect to plain packaging, what kind of legal challenge might we expect? The central challenge would be to the constitutionality of the legislation, essential argument being that plain packaging legislation would be a violation of tobacco companies' freedom of expression. Freedom of expression is a term under the charter which has been interpreted in the Supreme Court of Canada to include commercial free speech. Accordingly, that will be a central charter argument that they will make.

However, our Charter of Rights does not guarantee such a right in any absolute sense. Even if such legislation were held to be a violation of some aspect of freedom of expression, of commercial free speech, the legislation would still be upheld by the court under section 1 of the Charter of Rights, if the government has met the test before the court of satisfying the court that the legislation could be demonstrably justified in a free and democratic society; i.e. that the right itself, the fact that there is a violation of any right such as freedom of expression, does not end the legal debate. The court would have to consider whether the limitation on the right is justifiable. Again, the onus of satisfying that is on the government.

How does the court go about approaching this? There are a number of tests that the court has developed. Without going in great detail into the constitutional arguments, even if you would permit me to do so, I would like to outline briefly what those principal tests are and provide you with our view in respect to that.

Firstly, the court considers the objective of the legislation, and will determine—and this is the court test—if there is a pressing, substantial objective sufficient to justify the limitation. You've heard in other presentations that the objectives of such legislation as the plain packaging legislation would be to reduce enticements to tobacco consumption, particularly among young people, and ultimately reduce health disorders and deaths resulting from tobacco consumption. In our view, this objective would be accepted as valid by the court and therefore the threshold test would be satisfied.

Secondly, the Supreme Court of Canada has held that the legislation must be rationally connected with the objective it seeks to achieve. The Quebec Court of Appeal, in the R.J.R. Macdonald case, held that the rational connection test is

[Translation]

Les milieux de la santé s'attendent à une attaque semblable contre toute éventuelle loi sur la banalisation des emballages. Les compagnies de tabac ne souffrent ni de timidité ni de retenue, et n'ont manqué aucune occasion d'intenter des poursuites contre des lois analogues.

Cette année, ils ont tenté en vain de convaincre la Cour suprême du Canada d'interdire au gouvernement de mettre en œuvre le nouveau règlement qui exige des mise en garde plus sévères pendant que l'appel était en instance devant la Cour suprême. Elles ont également tenté, aussi en vain, d'empêcher les milieux de la santé d'être entendus par la Cour suprême du Canada à titre d'intervenants lors de l'audition de l'appel. Pour cette raison, les milieux de la santé s'attendent à d'autres contestations ayant pour but de retarder ou de contrecarrer les mesures législatives que vous envisagez.

En ce qui concerne la banalisation du conditionnement, à quel genre de contestation juridique peut-on s'attendre? La principale porterait sur la constitutionnalité de la loi, reposant essentiellement sur l'argument selon lequel cette loi violerait la liberté d'expression des compagnies de tabac. La liberté d'expression est une formule qui se trouve dans la Charte et, dans l'interprétation donnée par la Cour suprême du Canada, celle-ci englobe la liberté d'expression commerciale. Ce sera donc là un élément capital de leur argumentation.

• 1135

Toutefois, la Charte ne garantit pas ce genre de droit, de façon absolue. Même si la cour concluait à une violation de la liberté d'expression commerciale, la loi pourrait néanmoins être validée en vertu de l'article premier de la Charte si le gouvernement peut démontrer au tribunal qu'elle se justifie dans une société libre et démocratique. C'est donc dire que le fait qu'il y a violation de ce droit ne clôt pas le débat juridique. Le tribunal doit ensuite déterminer si la limitation du droit se justifie. Cette preuve est à la charge du gouvernement.

Comment la cour procède-t-elle? Un certain nombre de critères ont vu le jour. Sans entrer dans le détail des arguments constitutionnels, même si vous m'y autorisiez, j'aimerais décrire brièvement les principaux critères et vous dire ce que nous en pensons.

Premièrement, la cour examine l'objectif de la loi et détermine—c'est le premier critère—s'il existe un objectif urgent et important qui suffit à justifier la limitation. D'autres témoins vous auront dit que la Loi sur la banalisation de l'emballage à pour but de limiter les incitations à consommer du tabac, surtout chez les jeunes et, à terme, de réduire les troubles de la santé et les décès causés par la consommation du tabac. Selon nous, la cour devrait accepter la validité de cet objectif, de sorte que le critère d'acceptabilité soit satisfait.

Deuxièmement, la Cour suprême du Canada a statué que la loi doit être reliée de façon rationnelle à l'objectif recherché. La Cour d'appel du Québec, dans l'affaire R.J.R. Macdonald, a jugé que le critère avait été respecté si l'on peut affirmer que

[Texte]

[Traduction]

satisfied if it can be said that on the information available to the legislator—that is, the information available to you—a legislator acting reasonably could have reached the conclusion that the means chosen are among those that could possibly attain the desired objective. This is important, because the evidence does not need to be conclusive, and perhaps can never be conclusive. In the health area this is often the case. In our view, plain packaging legislation is an acceptable legislative alternative that is open to you to achieve the objective of reducing consumption of tobacco products and the diseases that result from that consumption.

Thirdly, the legislation must meet what has been called a minimal impairment test. It must impair the freedom in question as little as possible. The issue here is whether Parliament could choose an alternative and less intrusive means that could achieve the same objective equally as effectively. The Supreme Court of Canada has emphasized, in a case called *McKinney and Guelph*, that you must be given flexibility, that the legislature must be given flexibility in determining what options you wish to choose when considering various alternative legislative actions.

Furthermore, in the *Irwin Toy* case out of Quebec, the Supreme Court of Canada made it clear that it would not, in the name of minimal impairment, take a restrictive approach to social science evidence and require legislators to choose the least ambitious means to protect vulnerable groups. So there's no requirement on you to choose some lesser means. In that case the court considered that because the ultimate means could be prohibition or banning of the product, the Tobacco Products Control Act did not violate the minimal impairment requirement of the constitutional analysis.

Fourthly, there is the proportionality test. The court will compare the effects of the measures limiting the charter-protected right—here plain packaging legislation—against the objective addressed by the legislation. In our view, the proportionality test is here satisfied in comparing, on one side, the objectives of reducing consumption and the debilitating diseases that flow from it and, on the other side, monetary loss to the tobacco industry.

• 1140

In conclusion, it is our view that a legal challenge by the tobacco companies to any legislation that you might enact in this respect would be unsuccessful.

Thank you.

Mr. Perley: Now I'd like to ask Martin Rothstein, as I mentioned earlier, to address some of the issues respecting the importance of advertising, particularly packaging advertising, to the tobacco industry.

Mr. Martin J. Rothstein (President and Chief Executive Officer, MacLaren Lintas Inc.): Mr. Chairman, committee, thank you for the opportunity to speak with you.

l'information dont dispose le législateur, donc vous, lui permet de façon raisonnable de conclure que les moyens choisis comptent parmi ceux qui permettent d'atteindre l'objectif. Cela est important parce qu'il n'est pas nécessaire, voire indispensable, que la preuve soit concluante. Dans le domaine de la santé, c'est souvent le cas. Selon nous, une loi sur la banalisation de l'emballage est un moyen législatif acceptable parmi ceux qui s'offrent à vous pour atteindre l'objectif qui est de réduire la consommation de tabac ainsi que les maladies qu'elle cause.

Troisièmement, la loi doit répondre aux critères de la limitation minimum. Autrement dit, la loi doit limiter la liberté aussi peu que possible. La question qui se pose ici est de savoir si le Parlement aurait pu choisir une option moins gênante pour atteindre de façon tout aussi efficace le même objectif. La Cour suprême du Canada a souligné, dans l'affaire *McKinney et Guelph*, que le Parlement doit s'être vu offrir tout un éventail d'options avant d'arrêter son choix sur une mesure législative.

De plus, dans l'affaire des jouets *Irwin* au Québec, la Cour suprême a précisé qu'elle ne prendra pas, au nom d'une limitation minimale, une approche restrictive à l'égard des preuves des sciences sociales ni ne demandera aux législateurs de choisir les moyens les moins ambitieux pour protéger les groupes vulnérables. Vous n'êtes donc pas tenu de choisir un moyen moins ambitieux. Dans cette affaire, la cour a estimé que puisque le moyen le plus ambitieux serait l'interdiction du produit, la Loi réglementant les produits du tabac n'a pas violé l'exigence de la limitation minimale prévue par l'analyse constitutionnelle.

Quatrièmement, il y a le critère de la proportionnalité. La cour comparera les effets de mesures qui limitent le droit protégé par la Charte—ici, la Loi sur la banalisation de l'emballage—and l'objectif visé par la loi. À notre avis, le test de la proportionnalité est respecté ici lorsque l'on compare, d'une part, les objectifs de la réduction de la consommation et des maladies débilitantes qu'elle cause et, d'autre part, la perte financière subie par l'industrie du tabac.

En conclusion, nous estimons que si elles contestaient toute loi que vous voudriez adopter en la matière, les compagnies seraient déboutées.

Merci.

M. Perley: Comme je l'ai dit tout à l'heure, je voudrais maintenant demander à M. Martin Rothstein de nous parler de certaines questions relatives à l'importance, pour l'industrie du tabac, de la publicité, et en particulier de la publicité entourant le conditionnement.

M. Martin J. Rothstein (président directeur général, MacLaren Lintas Inc.): Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, je vous remercie de l'occasion qui m'est donnée de prendre la parole devant vous.

[Text]

I find it curious, after 30 years in marketing and advertising, to appear before a committee of legislators to talk about restricting packaging. I'm doing it because I believe very strongly, indeed passionately, that tobacco is a unique exception in our consumer product mix, a product that, as I'm sure you've heard, when used as directed makes people ill and eventually kills them.

This is a product that, if we started to invent it today, would not be allowed, because it's too dangerous to be allowed on the dangerous products list.

Clearly, we have an obligation to smokers and shareholders and growers and all the other stakeholders in the industry. In my mind, the issue becomes very much one of managing this issue, over time admittedly, so that it no longer will have a very negative impact on our society. I believe that a very critical, fundamental issue in that management process is plain packaging, and that's why I'm here this morning.

I'd like to speak for a moment on the role of packaging in consumer goods products. You should know that it's fundamental to the marketing plan for any product—think if you will—whether it be detergent or cereal or soda pop or a cigarette or a household cleaning product.

In the industry the word we use to talk about these products is "brands". We call them brands, and by that we mean that these products are much more than just the contents in the package. What we're trying to do, obviously, is enhance the value of these products in the consumer's mind by creating an identity to which they're attracted—an identity that speaks to the product's contents, to be sure, but also to issues around value and status and, in the case of food products, nutrition and what have you.

Think, if you will, as a simple example, of Coca Cola, or indeed Pepsi Cola, which is really a very simple product of soda water and syrup, and think of what it means to everyone in our society in terms of its refreshment implications and how we associate the product with good times in a variety of different ways.

Packaging is the core, fundamental identity attribute that consumer goods manufacturers use to project that identity. They start with an objective in terms of a specific target audience, build a package to appeal to that target audience, and then bring on board advertising and other promotional activities that will support this cause. So packaging is absolutely vital. Indeed, it is the core marketing tool for the promotion of any product.

Why is packaging important to the cigarette industry? Firstly, it's important as I've just described. Secondly, in the absence of traditional advertising because it's prohibited, it takes on a huge proportion of importance, because there is very little else that they can use. Thirdly, self-evidently, packaging in this instance does not just enhance the contents of the product; much more importantly, it is, in my opinion, misleading in terms of the contents of the package. The contents of the package are dangerous, but the packaging suggests that the product is attractive and will enhance your social stature and confidence and make you a cool and acceptable person.

[Translation]

Après 30 ans passés dans le marketing et la publicité, je trouve curieux de comparaître devant un comité de législateurs pour parler de limites en matière de conditionnement. Si je le fais, c'est que je suis intimement convaincu que le tabac fait figure d'exception parmi les produits de consommation puisque, consommé comme il doit l'être, comme d'autres vous l'ont sûrement dit, ce produit rend les gens malades et finit par les tuer.

Si ce produit était inventé aujourd'hui, il serait interdit car il est trop toxique pour figurer sur la liste des produits dangereux.

En revanche, il est certain que nous avons des obligations à l'endroit des fumeurs, des actionnaires, des producteurs et de tous les intervenants de l'industrie. Pour moi, il s'agit de «gérer» le problème, sur une certaine période il va s'en dire, pour que ce fléau cesse de sévir dans la société, et je pense que dans la gestion de ce problème, les emballages banalisés constituent une démarche cruciale et fondamentale. C'est la raison pour laquelle je suis ici ce matin.

J'aimerais prendre quelques instants pour parler du rôle du conditionnement des produits de consommation. Sachez que le conditionnement est la pierre angulaire du plan de mise en marché de n'importe quel produit, qu'il s'agisse d'un détersif, d'une céréale, d'une boisson gazeuse, d'une cigarette ou d'un produit de nettoyage domestique.

Dans la profession, nous désignons ces produits sous le nom de «marques». Pourquoi? Parce que ces produits sont bien davantage que le contenu de l'emballage. Tous nos efforts tendent à valoriser le produit dans l'esprit du consommateur en créant une identité vers laquelle il est attiré; une identité qui évoque le contenu du produit, assurément, mais aussi la qualité et la classe et, dans le cas des produits alimentaires, la valeur nutritive, entre autres.

Je prends un exemple simple. Coca Cola, ou même Pepsi Cola. Il s'agit en fait d'un produit très simple composé d'eau gazeuse et de sirop; pourtant, dans tous les esprits, ce produit évoque le pouvoir de rafraîchissement et une multitude de situations où l'on s'amuse.

Le conditionnement, c'est le vecteur incontournable utilisé par le fabricant pour projeter cette identité. Le fabricant se fixe d'abord une clientèle cible, conçoit un conditionnement destiné à séduire cette clientèle et fait ensuite appel à la publicité et à d'autres méthodes de promotion pour l'appuyer dans cette entreprise. Le conditionnement est donc absolument essentiel. De fait, c'est l'outil de commercialisation indispensable à la promotion de n'importe quel produit.

Pourquoi le conditionnement est-il important pour l'industrie de la cigarette. D'abord, il est important en soi, comme je viens de le dire. Deuxièmement, comme les méthodes classiques de publicité sont interdites, le conditionnement acquiert une importance démesurée vu la rareté des autres moyens de publicité. Troisièmement, et c'est évident dans le cas qui nous occupe, le conditionnement ne se contente pas de mettre en valeur le contenu; chose plus importante encore, le conditionnement, selon moi, est trompeur en ce qui concerne le contenu du paquet. Le contenu est dangereux, mais le conditionnement donne l'impression que le produit est agréable, donne de la classe et de l'assurance, et fait du consommateur quelqu'un de branché et de bonne compagnie.

[Texte]

[Traduction]

• 1145

The other thing that is extremely important about cigarettes is that in the industry, cigarettes are known as a badge—Michael, if I may have any one of those packages. This is to the point I made a moment ago, that this product comes out of your pocket 25 or more times a day, which I believe is the average. That is an advertisement to start with. But from the user's point of view it's a very clear statement of what the user is trying to project to the rest of the world about his identity. We call it a badge. The tobacco manufacturers have very successfully exploited certain individuals' needs to project an identity, to act as a badge or to have a badge, by creating these packages.

The display to my left is another form of advertising. You'll see what we in the business call events and sponsorship activity. Because the tobacco industry is prohibited from using traditional advertising, they rely very heavily on packaging, as I've said, and the extension of their packaging identity in the form of special events and sponsorships.

Without going into these cases in depth, let me just highlight. In the case of du Maurier you can see a direct relationship between the package and the special event activity. You can also see that du Maurier is trying to appeal to young people who are a bit more sophisticated, upper income, better educated and interested in jazz festivals and horse jumping. At the other end of the spectrum, Matinée has clearly designated young women, with their interest in fashion, and have created a fashion foundation. You can see the direct linkages between their package and their activity. Then in the middle, Player's—young men interested in automobiles and car racing.

The truth of the matter is that these target group analyses and the packaging activity that goes into them are extraordinarily sophisticated. Hundreds and hundreds of thousands of dollars are spent on research, development and execution of these packages so they are specifically targeted to target groups—and I mean target groups that are not just demographic in nature but psychographic in nature—to exploit the identity needs and confidence needs of smokers.

The reason plain packaging is therefore so important is that young people, regrettably young women particularly, are most susceptible to this type of activity. As I'm sure we all know, adolescents are clearly somewhere between being children and adults, searching for their identity, very insecure, many of them seriously insecure and very susceptible to this type of exploitation.

The tobacco industry argument that it's just peer group pressure that forces young people to smoke isn't true. Peer group pressure is an issue. Availability is an issue. There are a lot of issues. What the tobacco industry is doing is exploiting this need for an identity and an ability to translate from being a child to an adult. That's why packaging is so critical. Even smokers realize that. Two-thirds of smokers are prepared to see plain packaging be legislated.

I was asked to comment on whether it was necessary to do more research on this subject. I suspect you've heard a great deal about that. I would add, as a marketer who uses research but is not a research professional, that this is one of those

L'autre chose qui est extrêmement importante à propos des cigarettes, c'est que dans l'industrie elles font office d'insigne. Michael, passez-moi donc un de ces paquets. C'est ce que je disais il y a un instant. Ce produit sort de votre poche 25 fois par jour ou plus, ce qui est la moyenne, je crois. En partant, c'est une publicité. Mais pour l'utilisateur, c'est montrer à la face du monde l'identité qu'il veut se donner. C'est ce qu'on appelle un insigne. Les fabricants de tabac ont très habilement réussi à exploiter le besoin, chez certaines personnes, de projeter une identité, d'arborer un insigne, et c'est pourquoi ils ont créé ces paquets.

Ce que vous voyez à ma gauche est une autre forme de publicité. C'est ce qu'on appelle dans le métier la commandite de manifestations spéciales. Puisque l'industrie du tabac n'a pas le droit de faire de la publicité classique, elle se sert énormément du conditionnement et de son prolongement, la présentation de son identité à l'aide de commandites et de manifestations spéciales.

Je ne détaillerai pas chacun de ces cas. Laissez-moi vous dire en gros ce qu'il en est. Dans le cas de du Maurier, il y a un rapport direct entre le conditionnement et la manifestation spéciale. On voit aussi que du Maurier cherche à plaire aux jeunes un peu plus raffinés, aux revenus élevés, mieux instruits et qui s'intéressent au jazz ou au saut à cheval. À l'autre extrême, Matinée a choisi les jeunes femmes qui s'intéressent à la mode, et c'est pourquoi elle a créé une fondation de mode. On peut donc voir le rapport direct entre le conditionnement et l'activité. Entre les deux, il y a Players, qui cible les jeunes gens qui s'intéressent aux voitures et à la course automobile.

La réalité, c'est que ces analyses de la clientèle cible et tout le travail de conditionnement sont extraordinairement raffinés. Des centaines et des centaines de milliers de dollars vont chaque année à la recherche, au développement et à la réalisation de ce conditionnement pour s'assurer qu'il vise bien les groupes-cible; et j'entends par là non seulement les groupes démographiques, mais aussi psychographiques de façon à exploiter le manque d'identité et d'assurance des fumeurs.

La raison pour laquelle la banalisation des emballages est si importante c'est que les jeunes, et les jeunes femmes en particulier, sont les plus vulnérables à cette exploitation. Par définition, les adolescents se trouvent quelque part entre l'enfance et l'âge adulte et cherchent leur identité, manquent d'assurance et sont très vulnérables à ce type d'exploitation.

Il est faux de dire, comme l'affirme l'industrie du tabac, que seules les pressions des autres jeunes les amènent à fumer. Ces pressions existent et c'est un problème. La disponibilité aussi est un problème. Il y a beaucoup de problèmes. L'industrie du tabac, elle, exploite ce besoin d'identité et ce désir de passer de l'enfance à l'âge adulte. C'est pourquoi l'emballage est si important. Même les fumeurs le reconnaissent. Les deux tiers des fumeurs sont prêts à accepter des emballages banalisés si la loi le prescrit.

On m'a demandé de répondre à la question de savoir s'il est nécessaire de faire d'autres recherches et vous avez sûrement entendu beaucoup de réponses à ce sujet. Moi, qui fais de la mise en marché et qui me sers des travaux de recherche sans en

[Text]

[Translation]

situations that frankly is a matter of common sense. If you ask people what their attitude is to a product in a plain package covered with warnings versus a very attractive package, I would submit to you that the answer is self-evident. Rather than an attractive package that suggests that this is a smart thing to do, a plain package covered with warnings suggests that one should be very careful; it interrupts the whole marketing flow that I've tried to share with you this morning.

I think I'd like to stop now and leave you time for questions. Thank you.

• 1150

The Chairman: Thank you. I have just one intervenor at the moment—Mr. Scott.

Mr. Scott: Thank you very much.

First of all, I would thank the counsel to the campaign for the advice, which we had such difficulty extracting from officials from the Department of Justice.

It strikes me what we're trying to do here is find out whether or not the impact is going to be sufficient for the disruption we're going to create, if I can put it that briefly. For me this is an advertising issue, really, as to how much of an impact plain packaging is going to have.

The other argument put forward has to do with forcing the industry underground. To some extent increasing the taxes had the effect of not stemming consumption as much as the government would have liked, because it forced the consumption to come from someplace else. That is not the issue here, but there's an analogy in terms of our wanting to prevent taking an action that would simply put it someplace else.

Is there anything conclusive other than instinct and your own professional experience that would cause us to be convinced any more than we already are? We were all candidates and we all spent money on little buttons we wore around. Surely to God, none of us thought those little buttons alone were going to cause people to race to the polls to vote for us, but we understood that was part of a larger package.

I think I understand instinctively what this is about. But we have to decide how significant an impact it might have, just as the courts have suggested they have to find the connection between reasonable limitation and reasonable expectation of results. It's the same for us. I think that's what we're up against.

Is there anything conclusive you can give us in addition to what we have so far?

Mr. Rothstein: I'm not cognizant of what's gone before me, but I certainly have seen a wide body of research conducted in Canada, the United States, Australia, New Zealand and, I believe, Argentina. A number of studies support the contention that plain packaging absolutely is a turn-off to young people.

There's also a practical instance you should be aware of if you're not already. A short number of years ago Loblaws introduced a plain-packaged cigarette—a no-name cigarette in a plain-ish package—and it was a dismal failure in the

effectuer moi-même, je vous dirai qu'il s'agit ici d'une question de bon sens. Demandez aux gens ce qu'ils pensent d'un produit qui se trouve dans un emballage quelconque, recouvert de mises en garde, par opposition à un paquet agréable à regarder, et la réponse tombe sous le sens. Contrairement à un emballage attrayant qui laisse entendre que c'est une activité qui a du cachet, un emballage neutre recouvert d'avertissements incite plutôt à la prudence. C'est tout le message du marketing dont je vous ai parlé ce matin qui est court-circuité.

Je vais maintenant m'arrêter ici pour vous permettre de nous poser des questions. Merci.

• 1150

Le président: Merci. Je n'ai qu'une seule personne sur ma liste pour le moment. M. Scott.

M. Scott: Merci.

Tout d'abord, je tiens à remercier l'avocat de la campagne pour ses avis, ce que nous avons eu tant de mal à arracher aux fonctionnaires du ministère de la Justice.

Ce que nous essayons de voir ici, c'est si les résultats seront suffisamment importants pour justifier la perturbation que nous allons créer. Pour moi, il s'agit d'une question de publicité, au fond, et de voir quel sera l'effet de la banalisation de l'emballage.

On a aussi dit que cela pousserait l'industrie dans la clandestinité. Au lieu de limiter la consommation, comme le gouvernement l'espérait, l'augmentation des taxes a changé les sources d'approvisionnement. La question ne se pose pas ici, mais on peut faire une analogie en ce sens que cela ne pourrait que déplacer le problème.

À part votre instinct et votre expérience professionnelle, y a-t-il d'autres arguments concluants qui nous convaincraient davantage que nous le sommes déjà? Tous, nous avons été des candidats et payé des macarons électoraux. Personne d'entre nous n'a jamais cru que ces macarons à eux seuls allaient convaincre les gens de voter pour nous, mais nous savions que cela faisait partie d'un ensemble plus vaste.

Cela, je le comprends d'instinct. Mais il faut mesurer les effets que cela aura, de la même façon que les tribunaux nous disent qu'il doit y avoir un lien entre la limitation minimale et les objectifs escomptés. C'est la même chose pour nous. C'est cela le défi.

Pouvez-vous ajouter un autre élément concluant à ceux que nous avons déjà?

M. Rothstein: J'ignore qui m'a précédé, mais moi j'ai vu quantité de travaux de recherche réalisés au Canada, aux États-Unis, en Australie, en Nouvelle-Zélande et aussi en Argentine, si je ne me trompe pas. Beaucoup d'études corroborent le fait que les emballages banalisés rebutent les jeunes.

Il y a aussi un cas précis que vous devez connaître. Il y a quelques années, Loblaws a lancé une cigarette dans un emballage banalisé—une cigarette sans marque dans un emballage dépourvu—et cela a été un échec retentissant. La

[Texte]

[Traduction]

marketplace. I would assume most of you are familiar with Loblaw's vast success in its no-name and President's Choice brands generally. I would commend that example to you as worthy of your investigation.

Mr. Scott: I think you mentioned the du Maurier campaigns and their appeal in the upscale theatre concert markets. You referred to that appeal being to younger people. I know we talk about entry and younger Canadians a lot, but it strikes me that campaign isn't in fact directed at young people. Maybe young people in other places are different from where I come from, but the people who go to the theatre du Maurier supports in Fredericton by nature aren't young; the people who go to the theatre are older.

Mr. Rothstein: You could be right. Because I don't have access to the tobacco companies' research, I can't prove my point. I think it is a matter of judgment.

I think the real issue here that's important for you people to understand is the tobacco companies segment the market by specific target groups based on demographic and psychographic profiles. They spend extraordinary amounts of money on marketing research to understand the psyches of people and how they respond to these types of appeals. Then they build the product, the package, and the promotion activity based on that research. It's a very, very sophisticated, expensive endeavour and one that obviously pays handsome dividends. Without having access to their information, I'm applying my professional experience to assessing these situations in an effort to give you some insight into how the process works more than anything.

plupart d'entre vous devez connaître les produits Loblaws et le succès des produits sans nom et—le choix du président. Il s'agit pour moi d'un exemple sur lequel vous devriez vous pencher.

M. Scott: Vous avez parlé des campagnes de du Maurier et de son succès chez les gens plus à l'aise qui fréquentent les théâtres ou les concerts. Vous avez dit que le succès se rencontrait chez les jeunes. Je sais qu'on parle beaucoup des nouveaux fumeurs et des jeunes mais pour moi, cette campagne n'est pas orientée sur les jeunes. Les jeunes d'ailleurs sont peut-être différents des jeunes de chez vous, mais ceux qui vont au théâtre financé par du Maurier à Fredericton, par définition, ne sont pas des jeunes. C'est une clientèle plus âgée.

M. Rothstein: Vous avez peut-être raison. Comme je n'ai pas accès aux études des compagnies de tabac, je ne peux pas prouver ce que j'avance. C'est une question de jugement, je crois.

Ce qu'il faut bien comprendre, c'est que les compagnies de tabac divisent le marché en groupes cibles bien précis en fonction de profils démographique et psychographique. Elles dépensent des sommes extraordinaires pour des travaux de recherche en marketing afin de comprendre la personnalité des gens et leurs réactions à ce genre de persuasion. Elles conçoivent ensuite le produit, le conditionnement et la promotion en fonction de ces recherches. C'est une entreprise coûteuse et extrêmement raffinée qui, de toute évidence, rapporte beaucoup. Sans avoir accès à leurs informations, je me sers de mon expérience professionnelle pour évaluer ces situations afin de vous faire comprendre comment fonctionne le processus.

• 1155

Mr. Scott: Thank you.

M. Scott: Merci.

Mr. Szabo: Mr. Rothstein, I think it's extremely important what you've just said, because it really leads to the major issue we've been trying to wrestle with here, and that is the evidence or the substantiveness of evidence about whether or not there's any impact. Your hypothesis, or your knowledge, is that the industry itself is the evidence, the fact that they're spending this kind of money on demographic and psychographic information. It's really demonstrated by their own activity.

M. Szabo: Monsieur Rothstein, je crois que ce que vous venez de dire est extrêmement important parce que cela nous amène à la question fondamentale que nous essayons de comprendre ici, à savoir la preuve ou la validité de la preuve qui permet de déterminer si l'on obtient un effet quelconque ici. Vous proposez comme hypothèse, ou vous affirmez, que l'industrie elle-même constitue la preuve, à savoir le fait qu'elle dépense tout cet argent pour obtenir des renseignements démographiques ou psychographiques. C'est l'activité même de l'industrie qui prouve ce que vous avancez.

M. Rothstein: Absolument. Si vous entrez chez votre quincailler et achetez du raticide, vous constaterez qu'il s'agit là d'un produit comme les autres et vous repartirez avec une boîte brune. Si les fabricants de produits de consommation, dont les entreprises de tabac, consacrent des millions de dollars aux emballages, c'est parce que ça marche. Absolument.

M. Szabo: Nombre de vos adversaires font valoir qu'il y aura des pertes d'emplois, que les entreprises vont perdre de l'argent, qu'il s'agit là d'une intrusion de l'État et le reste. Il ne fait aucun doute qu'il y aura des effets de ce genre. Quel équilibre établissez-vous entre une hygiène publique responsable et les droits démocratiques?

M. Rothstein: C'est une excellente question et je suis heureux que vous me la posiez. Comme Michael l'a dit, je suis un homme d'affaires. Je représente de nombreux clients que vous connaissez bien, et j'ai longuement réfléchi à cette

Mr. Szabo: Many of the people who come on the other side of the issue have been making arguments about job loss, negative business impacts, government intrusion and the like. There's no question there will be some of these impacts. How do you balance the need for responsible health care and democratic rights?

Mr. Rothstein: That's an excellent question and I appreciate your asking me that. As Michael said, I am a businessman. I represent many, many clients who are well known to you, and I've thought long and hard on this issue. As

[Text]

I tried to say at the outset, this is a unique situation. This is not one that our society would allow to happen if it were starting today, but it's here. There are jobs; there are shareholders who have invested capital. Most important of all, there are many thousands of Canadians who are addicted to this product. The only solution in my mind, were I you and others who are involved in these decisions—the only decision you can take is that this must be managed over time.

In the privacy of our movement I talk about the 100 years war, although I hope it doesn't take that long. It is a series of skirmishes and battles, and some are more important than others. We as a society have to agree that this is something that we have to manage out of existence over time, taking into consideration the rights of all of those you've mentioned.

Clearly we can't go on seducing young people into using a product that's going to make them sick and eventually take their lives at a time when we cannot afford the medical care, and there are major issues in that area.

Mr. Szabo: Thank you.

The Chairman: We're running out of time.

Mr. Rothstein: I see your gavel, sir.

The Chairman: I have two other interveners, Mr. de Savoye, and then I have a word I would like to interject too.

M. de Savoye: Donc, rapidement, vous nous avez fourni une opinion juridique fort intéressante. J'aimerais obtenir une opinion juridique complémentaire.

Imaginons que les compagnies de cigarettes soient soumises à l'emballage banalisé mais qu'elles offrent gratuitement, à l'achat d'un paquet, une enveloppe ou un boîtier, *a sleeve or a case* aux couleurs de leur compagnie.

Légalement, que pourrait-on faire pour les empêcher de le donner gratuitement à l'achat d'un paquet de cigarettes, ou même de le poster à domicile?

Mr. Richard Swan (Counsel, Ontario Campaign for Action on Tobacco): Perhaps I could address that question. There is a concern about what are called slipcovers; that is, something very closely resembling a current tobacco product could be given away for free and slipped over the plain packages.

I suppose there are three answers to that question. First, even if there were no prohibition of such a thing, not everyone would use it, and to the extent that most people didn't use it, the plain packaging would work to that extent.

More importantly, the current Tobacco Products Control Act prohibits the use of tobacco trademarks in a wide variety of circumstances, and it's limited to very narrowly defined circumstances that generally involve the retail sale of tobacco products.

[Translation]

question. Comme j'ai tenté de le dire au début, il s'agit là d'une situation unique. C'est un problème qui se pose maintenant, ce n'est pas comme si notre société permettait ce genre de choses à compter d'aujourd'hui. Il y a des emplois; il y a des actionnaires qui ont investi des capitaux. Mais le plus important, c'est qu'il y a des milliers de Canadiens qui vivent dans la dépendance de ce produit. La seule solution à mon avis, si moi, vous et d'autres prenions ce genre de décision—la seule chose à faire, c'est de laisser le temps faire son oeuvre.

Lorsque nous sommes entre militants, je parle de la guerre de Cent Ans, mais j'espère qu'il ne faudra pas autant de temps. Il y aura toute une série d'escarmouches et de batailles, et certaines seront plus importantes que d'autres. Mais notre société doit admettre que c'est là un problème qu'il nous faudra faire disparaître avec le temps, en prenant en considération les droits de tous ceux que vous avec mentionnés.

Chose certaine, on ne peut pas continuer de séduire les jeunes gens pour leur faire utiliser un produit qui les rendra malades et qui leur ôtera la vie à long terme, alors même que nous ne pouvons plus nous permettre les soins de santé que cela nécessite, et de grands problèmes se posent dans ce domaine.

M. Szabo: Merci.

Le président: Nous allons manquer de temps.

M. Rothstein: Je vois que vous avez le maillet en main, monsieur.

Le président: J'ai deux autres intervenants, M. de Savoye, et j'aimerais moi aussi intervenir.

M. de Savoye: So, quickly, you have provided us with a very interesting legal opinion. I would like to get a complementary legal opinion.

Let us imagine the tobacco companies are forced to go with plain packaging but that they provide at no cost, upon the purchase of a package, a sleeve or a case bearing the colours of the company.

Legally, what could we do to prevent them from giving it at no cost upon the purchase of a package of cigarettes, or even to mail it to your home?

M. Richard Swan (conseiller associé, Compagnie ontarienne d'action contre le tabac): Je peux peut-être répondre à cette question. Nous nous préoccupons de ce que nous appelons les étuis; à savoir, les étuis qui ressemblent beaucoup aux produits du tabac actuels qu'on remettrait gratuitement aux consommateurs et qui serviraient à revêtir les paquets à emballage banalisé.

• 1200

J'imagine qu'il y a trois réponses à cette question. La première, c'est que même si l'on n'interdisait pas ce genre de choses, ce n'est pas tout le monde qui s'en servirait, et si la majorité des gens ne s'en servent pas, l'emballage banalisé donnerait les effets voulus dans cette mesure.

Chose plus importante, l'actuelle Loi réglementant les produits du tabac interdit l'utilisation des marques de tabac dans un grand nombre de circonstances, et ces marques ne peuvent être utilisées que dans des cas très précis qui font généralement intervenir la vente au détail des produits du tabac.

[Texte]

It's likely the case right now that the distribution of slipcovers, as you referred to, would be prohibited by that legislation if the committee felt there was any opening through which the tobacco companies could continue to distribute slipcovers.

Regulations could be added, together with the legislation bringing into place the plain package legislation, prohibiting the distribution of slipcovers or any product bearing a tobacco company logo that is intended to cover the plain package. Another important consideration is that such slipcovers might cover the warnings that are on the package.

I think certainly very few Canadians would have any trouble accepting legislation prohibiting the distribution of a cover such as that which is designed not only to cover plain packages but to cover the health warning as well. That would be maintainable.

Mr. de Savoye: There was a time when people would have a cigarette case. They would transfer the cigarettes from the original package into the silver case, or whatever, engraved with their initials.

Mr. Swan: Yes.

Mr. de Savoye: My question was really on the legal point of view. How could we legislate to make this illegal, or is there no way to do that? I'm looking for opinion. I'm not saying I'm for or against. I'm just listening to your expertise.

Mr. Swan: Perhaps going to the extent of legislating against the use of cigarette cases is going too far but the level of use of cigarette cases isn't that extensive. It involves some effort on people's part to transfer their cigarettes. I don't think there would be a lot of use of cigarette cases.

Certainly the legislation could go as far as prohibiting the use of cases or covers that bear the tobacco company's trademarks.

Mr. de Savoye: Thank you.

The Chairman: Let me just remove my hat as chairman and as a member of the committee pose a couple of questions.

First of all, let me say that as a politician it's a real dream this morning to have two lawyers for free. I've heard the advice you're giving the Campaign for Action on Tobacco. Let's play the devil's advocate, Mr. Cosman and Mr. Swan. If you were advising the tobacco companies, where's the loophole in all of this? What would be your advice to the tobacco companies in terms of this possible court challenge?

Mr. Cosman: First of all, Mr. Chairman, when we give advice we don't do so depending upon who our client is. Presumably if we had given advice with respect to this matter to the Ontario Campaign that they did not like, we might not be here. At the same time, we will give the advice to the best of our legal ability—

The Chairman: Understand. I didn't say let's be a hypocrite; I said let's play the devil's advocate.

Mr. Cosman: Okay. If you're asking me what arguments the tobacco companies might have on the other side of this, legally, I think just by virtue of my relationship as counsel to the Ontario Campaign I'm not in a position to try to assist them in that respect.

[Traduction]

Ainsi, la distribution d'étuis, comme vous lesappelez, pourrait fort bien être déjà interdite par la loi si le Comité craignait qu'il y ait dans la loi une faille permettant aux entreprises de tabac de distribuer des étuis.

On pourrait aussi ajouter des règlements à la Loi sur la banalisation des emballages qui interdiraient la distribution d'étuis ou de tout produit portant la marque d'une entreprise de tabac sur un emballage banalisé. L'autre considération importante, c'est que de tels étuis pourraient masquer les avertissements qu'on trouve sur le paquet.

Chose certaine, je crois que très peu de Canadiens s'opposeraient à une loi interdisant la distribution de tels étuis qui auraient non seulement pour but de revêtir les paquets à emballage banalisé, mais aussi de masquer les mises en garde pour la santé. Ce serait défendable.

M. de Savoye: À une certaine époque, les fumeurs avaient un étui à cigarettes. Ils transféraient les cigarettes du paquet original et dans un étui d'argent ou autre, sur lequel leurs initiales étaient gravées.

M. Swan: Oui.

M. de Savoye: Ma question portait vraiment sur l'aspect juridique du problème. Quelle loi pouvons-nous adopter pour déclarer ce procédé illégal, ou est-ce une chose impossible? Je veux une opinion à ce sujet. Je ne dis pas que je suis pour ou contre. Je ne veux qu'écouter votre témoignage d'expert.

M. Swan: Peut-être qu'adopter une loi interdisant l'utilisation des étuis à cigarettes serait aller trop loin, mais il n'y a pas beaucoup de monde qui utilise des étuis à cigarettes. Il faut faire un certain effort pour retirer les cigarettes du paquet et les mettre dans l'étui. Je ne crois pas que les étuis à cigarettes seraient beaucoup utilisés.

Mais, chose certaine, la loi pourrait aller jusqu'à interdire l'utilisation d'étuis ou de revêtements qui porteraient la marque de l'entreprise de tabac.

M. de Savoye: Merci.

Le président: Permettez-moi de revenir simple membre du Comité pendant un instant et de poser quelques questions.

Premièrement, permettez-moi de vous dire que, comme politicien, c'est une véritable aubaine que d'entendre deux avocats gratuitement. J'ai écouté les conseils que vous donnez à la Campagne ontarienne d'action contre le tabac. M. Cosman et M. Swan, jouons un instant à l'avocat du diable. Si vous étiez les conseillers des entreprises de tabac, quelles lacunes verriez-vous ici? Quels conseils donneriez-vous aux entreprises de tabac pour contester ces mesures devant les tribunaux?

M. Cosman: Premièrement, monsieur le président, lorsque nous donnons des conseils, nous ne les donnons pas en fonction de l'identité de notre client. Si nous donnions à la Campagne ontarienne des conseils qu'elle n'aime pas, nous ne serions pas ici. Au même moment, nous prodigions nos conseils au mieux de notre compétence juridique...

Le président: Je comprends. Je ne vous demande pas de faire l'hypocrite; je vous demande de jouer à l'avocat du diable.

M. Cosman: Bien. Si vous me demandez quels pourraient être les arguments des entreprises de tabac qui s'opposeront à cette mesure, sur le plan juridique, je ne crois pas être en mesure de les aider à ce sujet, ne serait-ce que parce que je suis le conseiller juridique attitré de la Campagne ontarienne.

[Text]

We have certainly considered those arguments in terms of developing our own opinion and have come down in the end to the conclusion that the courts would not set aside or declare invalid plain packaging legislation if you, in the public interest, saw fit to enact it.

The Chairman: This concludes the hearing this morning. I thank the last set of witnesses and the others who have appeared this morning for coming.

A word to the committee before we adjourn. The next hearings are Tuesday at 9 a.m. I will not be in the chair. I have another commitment. As some of you will know, the international leader of the Salvation Army is in town that day and I am his host.

In my absence Dr. Pagtakhan will chair the hearing beginning at 9 a.m. on Tuesday. The hearing is adjourned.

[Translation]

Nous avons sûrement examiné ces arguments afin de développer notre propre opinion et nous en sommes arrivés à la conclusion que les tribunaux n'invalideraient pas la Loi sur la banalisation des emballages si vous, dans l'intérêt public, jugiez bon de l'adopter.

Le président: Voilà qui conclut la séance de ce matin. Je remercie nos derniers témoins et tous ceux qui sont venus ce matin.

Un mot au Comité avant l'ajournement. La prochaine séance aura lieu mardi à 9 heures. Je ne serai pas des vôtres. J'ai un autre engagement. Comme certains d'entre vous le savez, le dirigeant international de l'Armée du Salut sera à Ottawa ce jour-là et c'est moi qui le reçoit.

En mon absence, le docteur Pagtakhan présidera la séance qui débutera à 9 heures mardi. La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Rototone Gravure Services Inc.:

David Esch, President;
Michael Butterfield, Vice-President, Sales;
Maurice E. Staley, General Manager, Standard Paper Box.

From the Quebec Council on Tobacco and Health:

François Damphousse, Secretary General;
Denis Côté, Volunteer and advisor in advertising.

From the Bakery, Confectionery and Tobacco Workers International Union:

Daniel Rondou, International Representative;
Sean Kelly, International Representative.

From the Centre for Health Promotion:

Josie d'Avernas, Partner, RBJ Health Management Associates.

From the Ontario Campaign for Action on Tobacco:

Michael Perley, Director;
Robert Cosman, Senior Counsel, Fasken, Campbell, Godfrey;
Richard Swan, Associate Counsel;
Martin J. Rothstein, President and C.E.O., MacLarenINTAS Inc.
(Toronto).

TÉMOINS

De Rototone Gravure Services Inc.:

David Esch, président;
Michael Butterfield, vice-président, ventes;
Maurice E. Staley, gérant, Standard Paper Box.

Du Conseil québécois sur le tabac et la santé:

François Damphousse, secrétaire-général;
Denis Côté, bénévole et conseiller en publicité.

Du Syndicat international des travailleurs et travailleuses de la boulangerie, confiserie et du tabac:

Daniel Rondou, représentant international;
Sean Kelly, représentant international.

Du Centre for Health Promotion:

Josie d'Avernas, associée, RJB Health Management Associates.

De la Campagne ontarienne d'action contre le tabac:

Michael Perley, directeur;
Robert Cosman, conseiller senior, Fasken, Campbell, Godfrey;
Richard Swan, conseiller senior;
Martin J. Rothstein, président et directeur, MacLarenINTAS Inc.
(Toronto).

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

XC 28

- H 39

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 7

Tuesday, May 3, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 7

Le mardi 3 mai 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la

Health

Santé

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging of Tobacco Products

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la banalisation des produits du tabac

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, MAY 3, 1994

(12)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 9:03 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Acting Chair, Rey Pagtakhan, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Nancy Miller-Chénier and Tom Curran, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Council on Smoking and Health: David H. Hill, President; Heather Selin, Manager, Public Affairs and Communications; Anne-Marie Comtois, Executive Assistant. From the University of British Columbia: Richard W. Pollay, Professor of Marketing. From the Canadian Medical Association: Richard J. Kennedy, President; Carole Guzman, Associate Secretary General. From the Tobacco and Illness Committee of the B.C. Medical Association: Frederic Bass, Chairman. From the Packaging Association of Canada: Alan Robinson, President; Steven Coulson, Chairman; Lawrence Dworkin, Consultant, Government Affairs. From F.P. Labour Consultant Services: David Fletcher, President of the Graphic Communications Union N-1; George Novak, Secretary-Treasurer of the Graphic Communications Union N-1; Gary Majesky, Executive Vice-President; Norman Smith, President, Local 7635, Graphic Communication Union, Smiths Falls.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee resumed consideration of its study on Plain Packaging of Tobacco Products (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, April 12, 1994, Issue No. 1.*)

David Hill made a statement and, with the other witnesses from the Canadian Council on Smoking and Health, answered questions.

At 9:41 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:43 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witness from the University of British Columbia made a statement and answered questions.

At 10:17 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:19 o'clock a.m., the sitting resumed.

Richard Kennedy made a statement and, with the other witness from the Canadian Medical Association, answered questions.

At 10:52 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:54 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witness from the B.C. Medical Association made a statement and answered questions.

At 11:25 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:27 o'clock a.m., the sitting resumed.

Alan Robinson and Steven Coulson made statements and, with the other witness from the Packaging Association of Canada, answered questions.

PROCÈS-VERBAL

LE MARDI 3 MAI 1994

(12)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 h 03, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Rey Pagtakhan (*vice-président*).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Nancy Miller-Chénier et Tom Curran, attachés de recherche.

Témoins: Du Conseil canadien sur le tabagisme et la santé: David H. Hill, président; Heather Selin, gérante, Affaires publiques et communications; Anne-Marie Comtois, adjointe exécutive. De l'Université de la Colombie-Britannique: Richard W. Pollay, professeur de marketing. De l'Association médicale canadienne: Richard J. Kennedy, président; Carole Guzman, secrétaire générale associée. Du Comité sur le tabac et la maladie de l'Association médicale de la C.-B.: Frederic Bass, président. De l'Association canadienne de l'emballage: Alan Robinson, président; Steven Coulson, président; Lawrence Dworkin, consultant, Affaires gouvernementales. De F.P. Labour Consultant Services: David Fletcher, président de Graphic Communications Union N-1; George Novak, secrétaire-trésorier de Graphic Communications Union N-1; Gary Majesky, vice-président exécutif; Norman Smith, président, section 7635, Syndicat des communications graphiques, Smiths Falls.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend l'étude de la banalisation des produits du tabac (*voir les Procès-verbaux et témoignages du mardi 12 avril 1994, fascicule n° 1*).

David Hill fait un exposé puis, avec les autres témoins du Conseil canadien sur le tabagisme et la santé, répond aux questions.

À 9 h 41, la séance est suspendue.

À 9 h 43, la séance reprend.

Le témoin de l'Université de la Colombie-Britannique fait un exposé et répond aux questions.

À 10 h 17, la séance est suspendue.

À 10 h 19, la séance reprend.

Richard Kennedy fait un exposé puis, avec l'autre témoin de l'Association médicale canadienne, répond aux questions.

À 10 h 52, la séance est suspendue.

À 10 h 54, la séance reprend.

Le témoin de l'Association médicale de la C.-B. fait un exposé et répond aux questions.

À 11 h 25, la séance est suspendue.

À 11 h 27, la séance reprend.

Alan Robinson et Steven Coulson font un exposé puis, avec l'autre témoin de l'Association canadienne de l'emballage, répond aux questions.

At 11:50 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:52 o'clock a.m., the sitting resumed.

Gary Majesky made a statement and, with George Novak from F.P. Labour Consultant Services, answered questions.

At 12:25 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

À 11 h 50, la séance est suspendue.

À 11 h 52, la séance reprend.

Gary Majesky fait un exposé puis, avec George Novak, de F.P. Labour Consultant Services, répond aux questions.

À 12 h 25, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

La greffière du Comité

Clerk of the Committee

Carmen DePape

[Texte]

[Traduction]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Tuesday, May 3, 1994

• 0903

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I would like to call the meeting to order. The first set of witnesses we have before us is from the Canadian Council on Smoking and Health.

I want to remind you that we have half an hour from the moment of the start to conclusion, including the questions from the members. You may seize that opportunity to give a brief overview of your presentation so that we could allow for as many questions and answers as possible.

Would you like to start, Mr. Hill, and perhaps introduce the members of your panel?

Mr. David H. Hill, Q.C. (President, Canadian Council on Smoking and Health): Yes, thank you and good morning, Mr. Chairman, and members of your committee. It is a pleasure to be able to offer to you the position of the Canadian Council on Smoking and Health on plain tobacco packaging.

A word about the council: the council is a national, voluntary, not-for-profit organization specializing in tobacco and health issues. It was founded in 1974. Its mission is to achieve a tobacco-free society in Canada.

The council has 10 provincial associates with over 50 community-based, inter-agency councils across Canada. Our membership includes volunteers from national, provincial, and local organizations, including representatives of the Canadian Cancer Society, the Heart and Stroke Foundation of Canada, and the Canadian Lung Association. The council is governed by a national board of directors.

My name is David Hill. I am the national president of the council. I am not a paid lobbyist. I am not a staff member. I am a volunteer. I am here because I have a strong personal belief in the goals of the council and in the need for plain tobacco packaging to protect Canadian youth from the scourge of tobacco.

• 0905

Presenting with me today is Heather Selin, manager, public affairs and communications for the council, and Anne-Marie Comtois, executive assistant.

To begin with, I would like to state that the council fully supports the position of the other health organizations presenting to this committee. Some very good evidence has been and will be presented by these organizations.

Today we hope to provide a context for considering this evidence by focusing on the issue of consumer rights and corporate responsibility. Quite simply, we believe it's high time that tobacco, the leading cause of death and disease in this country, is presented to consumers and potential consumers in a manner that reflects its true nature.

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le mardi 3 mai 1994

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je déclare la séance ouverte. Nous entendrons d'abord ce matin le Conseil canadien sur le tabagisme et la santé.

Je vous rappelle que nous avons en tout une heure, du début à la fin, ce qui comprend les questions des députés. Si vous le voulez, vous pouvez nous donner les grandes lignes de votre exposé de manière à avoir le plus de temps possible pour les questions et les réponses.

Je vous invite à commencer, monsieur Hill; auriez-vous l'obligeance de nous présenter les personnes qui vous accompagnent?

M. David H. Hill, c.r. (président, Conseil canadien sur le tabagisme et la santé): Oui, bravo, monsieur le président, et mesdames et messieurs les membres du comité. C'est un plaisir pour moi de pouvoir vous présenter la position du Conseil canadien sur le tabagisme et la santé au sujet de la question de la banalisation des produits du tabac.

Un mot d'abord sur le Conseil. Il s'agit d'un organisme national à but non lucratif composé de bénévoles, spécialisé dans les questions relatives au tabac et à la santé. Crée en 1974, sa mission est d'affranchir du tabac la société canadienne.

Nous comptons 10 associations provinciales qui représentent plus d'une cinquantaine de conseils locaux inter-organismes dans tout le pays. Nos membres comprennent des volontaires appartenant aux organismes locaux, provinciaux et nationaux, y compris des représentants de la Société canadienne du cancer, la Fondation des maladies du cœur du Canada et de l'Association pulmonaire du Canada. Le Conseil est dirigé par un conseil national d'administration.

Je m'appelle David Hill. Je suis président national du conseil. Je ne suis pas un lobbyiste rémunéré. Je ne suis pas un employé non plus: je suis un bénévole. Je suis ici parce que j'adhère de tout coeur aux objectifs du conseil et que je crois à la nécessité de la banalisation des produits du tabac pour protéger la jeunesse canadienne de ce fléau.

M'accompagnent aujourd'hui M^{me} Heather Selin, directrice des affaires publiques et des communications au conseil et M^{me} Anne-Marie Comtois, attachée de direction.

Pour commencer, je dirais que le conseil appuie sans réserve la position des autres organismes de santé qui comparaissent ici. Des témoignages de très haute qualité ont été présentés et le seront encore par ces organismes.

Nous voulons aujourd'hui tracer le cadre de l'examen de ces témoignages en nous attardant sur la question des droits du consommateur et de la responsabilité des compagnies. Très franchement, nous estimons qu'il est grand temps que le tabac, la principale cause de décès et de maladie au Canada, soit présenté aux consommateurs et à ceux qui seraient tentés de le devenir d'une manière révélatrice de sa véritable nature.

[Text]

Honest presentation of the product involves two facets: accurate and adequate information about the product, and the overall image of the package, which sends a message consistent with that information. Currently, neither of these facets exists. Not only do current and soon-to-be implemented warnings not provide adequate health information to the consumer, but the overall packaging is so attractive and so alluring that the health messages are significantly weakened. Consumers, and especially impressionable young consumers, receive an inconsistent message about the nature of the product.

The tobacco industry claims that plain packaging is an unprecedented move and has never been considered for any other product. This simply is not true.

The federal Food and Drugs Act, which regulates many drugs, although not nicotine, imposes this standard on both the drugs and foods covered by the act. I quote from the act:

No person shall label, package, treat, process, sell or advertise any food or drug in a manner that is false, misleading or deceptive or is likely to create an erroneous impression regarding its character, value, quantity, composition, merit, or safety.

In essence, this is all we are asking with regard to the packaging of tobacco products. It is no more or less than what we currently require of food and drug packaging.

As a public education and information tool, the package is ideal, and I'm going to ask you to look at a few overhead slides. You will see from the examples of the overhead presentation that there is a broad range of information that could be included on the package.

I believe you have a copy of the overheads in the material that has also been filed with the committee.

For example, we know that Canadians are not aware of the magnitude of risk of tobacco use in developing lung cancer. With a large visible warning on the front of the pack and more detailed related information on the back of the pack, the magnitude of risk could be communicated to every single smoker and potential smoker.

The second overhead is an example of how the list of ingredients in tobacco and tobacco smoke could be expanded and explained so that consumers actually understand the nature of those ingredients.

Health Canada has indicated a desire to target certain hard-to-reach segments of the population in its tobacco reduction strategies and the package could be used to do this. I think the third overhead slide will illustrate that. The package shown, which compares the scope of harm caused by lung cancer with that caused by breast cancer, would be of particular interest to women.

The fourth overhead slide deals with environmental tobacco smoke. Although the decision to implement or not implement plain packages should be strictly health based, we are aware that you have received and will continue to receive representation from those who feel this is a jobs issue.

[Translation]

La présentation honnête du produit suppose deux choses: une information juste et suffisante à propos du produit et l'image d'ensemble de l'emballage qui doit comporter un message en harmonie avec cette information. Actuellement, ni l'un ni l'autre élément n'est présent. Non seulement les mises en garde actuelles et envisagées ne donnent pas au consommateur suffisamment d'information sur la santé, mais en outre l'emballage dans son ensemble est attirant et attrayant au point d'affadir la mise en garde. Le consommateur, et surtout le jeune, facile à impressionner, reçoit un message contradictoire sur la nature du produit.

L'industrie du tabac affirme que la banalisation est sans précédent et n'a jamais été envisagée pour un autre produit. C'est tout simplement faux.

La Loi sur les aliments et drogues, qui règle un grand nombre de drogues à l'exception de la nicotine toutefois, impose la règle suivante aux drogues et les aliments qui y sont assujettis. Je cite:

Il est interdit d'étiqueter, d'emballer, de traiter, de préparer ou de vendre un aliment—ou d'en faire la publicité—de manière fausse et trompeuse ou mensongère ou susceptible de créer une fausse impression quant à sa nature, sa valeur, sa quantité, sa composition, ses avantages ou sa sûreté.

Au fond, c'est tout ce que nous réclamons à propos du conditionnement des produits du tabac. Ni plus ni moins que ce qui est exigé aujourd'hui pour les aliments et les drogues.

Sur le plan de l'information et de la sensibilisation du consommateur, l'emballage est un outil idéal. C'est pourquoi je vais vous demander d'examiner quelques transparents. À partir des exemples que je vous montrerai, vous verrez qu'il est possible d'inclure sur le paquet un vaste éventail de renseignements.

Vous avez une copie des transparents dans la trousse qui vous a été remise, je crois.

Par exemple, nous savons que les Canadiens ne mesurent pas l'ampleur du risque que présente le tabac dans l'apparition du cancer du poumon. À l'aide d'une grande mise en garde bien visible au recto du paquet et de renseignements plus détaillés au verso, il serait possible d'informer le fumeur et le fumeur éventuel de l'ampleur de ce risque.

Le deuxième transparent illustre la façon dont la composition du tabac et de la fumée pourrait être explicitée pour que le consommateur sache exactement de quoi ils sont composés.

Comme Santé Canada a manifesté le souhait de faire porter sa campagne de réduction de la consommation du tabac sur certaines catégories de la population difficile à joindre, on pourrait se servir de l'emballage pour y arriver. Le troisième transparent le montre. En effet, on compare ici l'ampleur des dégâts causés par le cancer du poumon et ceux causés par le cancer du sein, ce qui intéressera particulièrement les femmes.

Le quatrième transparent porte sur la fumée de tabac ambiante. Même si la décision d'adopter ou non des emballages banalisés doit se fonder strictement sur des considérations de santé, nous savons que vous avez et que vous ferez l'objet de démarches de la part de ceux qui estiment qu'il s'agit d'un problème d'emploi.

[Texte]

[Traduction]

• 0910

You will note that all of these examples use more than two colours—the same as current tobacco packages—and if multi-coloured plain packs were regulated, there would be no basis for concern for job losses in the packaging industry. I would reiterate, however, that it is a health issue, not a jobs issue.

We are extremely concerned, Mr. Chairman, that individual Canadian tobacco companies are not scheduled to present to your committee. We believe that they have a great deal to answer for. We strongly encourage your committee to use whatever influence it can to get the chief executive officers of Canada's three major tobacco companies to testify.

The primary concern of the companies seems to be that they will lose market share if they can no longer distinguish their products through packaging. At least, that's what they say. But if that is their honest concern, why is the case of the tobacco companies being made by an organization that represents all of them? If plain packaging is only a question of market share, then there will be winners and there will be losers. If Imperial Tobacco loses market share, Rothmans or R.J.R. Macdonald will gain market share and therefore presumably would gain from plain packaging.

With diametrically opposed impacts for different companies, why are the companies not making their cases individually? The answer is that it's because the industry case is being made by the Canadian Tobacco Manufacturers' Council representing all three companies. To me, that leaves us to validly assume that plain packaging will damage the industry as a whole. This can only mean that the manufacturers feel that overall consumption of tobacco will decrease. It is not a question of market share.

In concluding, Mr. Chairman, I would like to address the issue of burden of proof. This committee has been asking health groups to provide evidence that plain tobacco packaging will decrease consumption.

There is a well-known story about a debate in the Israeli Parliament to find a solution to beatings, rapes, and killing of Israeli women by men. One of the male members of the Israeli Parliament suggested a curfew be imposed for the women. Golda Meir, the Prime Minister of the day, responded by saying that it was not the women who were causing the problem and that it would be more appropriate to impose the curfew on the men.

I must point out that it is not the health organizations that are manufacturing a unique product that kills its consumers when used exactly as intended by the manufacturer. Although we believe that health organizations have successfully provided evidence that plain packaging will be effective, we think it would be far more appropriate to ask tobacco manufacturers what proof they have that plain packaging would not reduce tobacco use.

Mr. Chairman and members, thank you for listening. I and my fellow panellists will be happy to answer any questions you may have.

Vous aurez constaté que, dans tous ces exemples, on utilise plus de deux couleurs—comme c'est le cas pour les emballages actuels—et si l'on prescrivait des emballages banalisés multicolores, il n'y aurait aucun lieu de craindre des pertes d'emplois dans l'industrie du conditionnement. Toutefois, je le répète, il s'agit d'une question de santé et non d'emploi.

Monsieur le président, nous sommes très préoccupés de voir que les compagnies canadiennes de tabac ne sont pas censées se présenter elles-mêmes devant votre comité. Nous croyons pourtant qu'elles ont beaucoup de comptes à rendre. Nous encourageons vigoureusement le comité à user de l'influence qu'il a pour faire comparaître les dirigeants des trois grandes compagnies de tabac canadiennes.

La principale inquiétude des compagnies semble être la perte de parts de marché au motif qu'elles ne pourront individualiser leur produit grâce à l'emballage. C'est ce qu'elles affirment, en tout cas. Sauf que, si c'est bien se qu'elle craignent, pourquoi leurs arguments sont-ils présentés par un organisme qui les représente toutes ensembles? Si la banalisation des emballages n'est qu'une question de parts de marché, il y aura donc des gagnants et des perdants. Si Imperial Tobacco perd une part de marché, c'est Rothmans ou R.J.R. Macdonald qui se l'appropriera et qui donc profitera de la banalisation de l'emballage.

Si les conséquences sont à ce point différentes d'une compagnie à l'autre, pourquoi celles-ci ne présentent-elles pas leurs arguments elles-mêmes? La réalité, c'est que ces arguments sont présentés par le Conseil canadien des fabricants de produits du tabac, qui les représente toutes les trois. Je me trouve donc fondé à conclure que la banalisation sera préjudiciable à l'industrie dans son ensemble, autrement dit, que les fabricants anticipent une réduction de la consommation globale du tabac. Ce n'est donc pas une question de parts de marché.

Pour conclure, monsieur le président, je voudrais parler de la charge de la preuve. Le comité a demandé aux groupes de santé de fournir la preuve que la banalisation des produits du tabac fera baisser la consommation.

Cela me rappelle un débat célèbre au Parlement israélien où l'on cherchait une solution aux voies de fait, aux viols et aux meurtres de femmes aux mains d'hommes. Un député de la Knesset a proposé d'imposer un couvre-feu aux femmes. Golda Meir, Premier ministre à l'époque, a répondu que le problème n'était pas causé par les femmes et qu'il vaudrait mieux imposer une couvre-feu aux hommes.

Je dois donc rappeler que ce ne sont pas les associations de santé qui fabriquent un produit à nul autre pareil et qui tuent les consommateurs qui l'utilisent en parfaite conformité avec le mode d'emploi du fabricant. Même si nous pensons que les groupes de santé ont donné de bonnes indications que la banalisation des emballages sera efficace, nous pensons qu'il est beaucoup plus avisé de demander aux compagnies de tabac quelles preuves elles ont que les emballages banalisés ne réduiront pas la consommation de tabac.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les députés, je vous remercie de votre attention. Mes collaborateurs et moi-même serons heureux de répondre à vos questions.

[Text]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you.

Ms Bridgman (Surrey North): I'd like you to expand a bit on advertising being more for market share. The package will still be a package of cigarettes whether it's blue, yellow, green, or whatever. I'd like you to expand on how the package is used as advertising. I think that's what I'm trying to say.

Mr. Hill: I am not an advertising expert, so I'll qualify my answer in that way.

To me, and I think to advertising experts and the industry itself, the tobacco cigarette package has been a major component in their advertising thrust. There have been studies done—most recently by the Canadian Cancer Society—on the allure of existing tobacco packaging compared to plain packaging. I think it clearly shows that consumers are attracted by the glitzy, colourful design and logo of the package. If the package were still in colours but controlled, that is, the logos and fancy lettering of the brand name were eliminated and significant warnings and information about the product were added, then I think you would still be achieving plain packaging but reducing the advertising ability, the allure of the existing tobacco packages.

[Translation]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci.

Mme Bridgman (Surrey-Nord): J'aimerais que vous précisiez votre pensée à propos de la publicité qui servirait à conquérir une plus grande part du marché. Le paquet restera un paquet de cigarettes, qu'il soit bleu, jaune, vert ou peu importe. J'aimerais que vous nous parliez de l'utilisation du paquet comme forme de publicité. C'est ce que je voulais dire.

M. Hill: Il faut d'abord savoir que je ne suis pas spécialiste en publicité.

Néanmoins, pour moi, et aussi pour les publicitaires et ceux qui travaillent dans cette industrie, le conditionnement de la cigarette est le fer de lance de l'opération publicitaire. Des études ont été faites—encore tout récemment par la Société canadienne du cancer—à propos du pouvoir d'attraction des emballages actuels par rapport à des emballages banalisés. Les résultats montrent clairement que le consommateur est attiré par le logo et la présentation accrocheuse du paquet. Si le paquet restait en couleurs mais était réglementé, c'est-à-dire si on supprimait le logo et le lettrage raffiné de la marque et si l'on ajoutait des mises en garde et de l'information sérieuse à propos du produit, je pense que l'on obtiendrait un emballage banalisé qui réduirait le pouvoir publicitaire du paquet et son pouvoir d'attraction actuel.

• 0915

Ms Anne-Marie Comtois (Executive Assistant, Canadian Council on Smoking and Health): Could I add something as well? There are basically two magazines that tobacco industries have for their own purposes. There's *Tobacco International* and *Tobacco Reporter*. An article about packaging was in *Tobacco International* on March 1, 1991. This is what the industry basically thinks about the package itself. I'll just read the quotation. It's in your package, but I think it bears noting at this time. It says:

The cigarette pack: an important message carrier

Nevertheless, market competition is more intensive than ever. In this struggle to win over smokers, the pack and its message have become increasingly important weapons.

The pack carries the message

During the 90s, the traditional cigarette pack will not be good enough for the selling job it will have to do. If it cannot be shown and marketed in advertising as before, it must carry the whole message itself. And when more and more popular brands vie for space on a tobacconist's shelves, the demand for a design that sells will be greater than ever before.

So the tobacco industry understands that the pack is the last thing they have to advertise.

Ms Bridgman: There are two points that come to mind here. If you are already a smoker, the package may entice you to switch brands. How would it affect people who are not smokers? That seems to be one of the concerns we have in addressing plain packaging, that if it were indeed plain packaging, possibly non-smokers would not start.

Mme Anne-Marie Comtois (attachée de direction, Conseil canadien sur le tabagisme et la santé): Vous me permettez d'ajouter quelque chose? Dans l'industrie du tabac, il y a deux grands magazines professionnels: *Tobacco International* et *Tobacco Reporter*. Le numéro du 1^{er} mars 1991 de *Tobacco International* contenait un article sur le conditionnement. On y retrouve essentiellement ce que l'industrie pense de l'emballage. Je me contenterai de lire la citation. Elle se trouve dans votre trousse, mais je pense qu'elle mérite d'être soulignée ici:

Le paquet de cigarettes—important porteur de message.

Néanmoins, la concurrence est plus féroce que jamais. Dans cette lutte pour s'approprier des fumeurs, le paquet et son message sont devenus des armes de plus en plus importantes.

C'est le paquet qui porte le message.

Dans les années quatre-vingts-dix, le paquet de cigarettes traditionnel n'arrivera pas à faire vendre comme il doit le faire. Comme il ne peut plus être montré dans les campagnes de mises en marché et de publicité comme c'était le cas auparavant, il doit transmettre la totalité du message à lui tout seul, et lorsque des marques de plus en plus populaires rivalisent pour obtenir de l'espace sur les étagères des buralistes, on réclamera plus que jamais une présentation qui fait vendre.

L'industrie du tabac comprend donc très bien que le paquet est la dernière source de publicité.

Mme Bridgman: Deux choses me viennent à l'esprit. Dans le cas de celui qui fume déjà, le paquet pourra vous amener à changer de marque. Mais quel effet cela aura-t-il sur les non-fumeurs? C'est une question à laquelle il faut trouver une réponse. Certains disent que les emballages banalisés dissuaderaient les non-fumeurs de commencer à fumer.

[Texte]

[Traduction]

Mr. Hill: I think that question really gets to perhaps the gut of the reason for dealing with plain packaging. It's our view that the main advantage of plain packaging is that it inhibits young people from starting to smoke. It may not prevent a dedicated smoker from continuing to smoke, but it has a definite inhibiting effect on young people smoking. We know statistically that if you don't start smoking by about age 20, it is very unlikely you will start. So the idea of plain packaging, I freely admit, is really aimed at our youth.

Ms Bridgman: There's one other point about the plain package. It would have to be absolutely standardized. Otherwise we would just get creative in where we put our —

Mr. Hill: Absolutely.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Thank you very much and welcome.

You mentioned the fact that this would be a health issue, not a jobs issue. I think what perhaps all of us are struggling with is we're trying to establish the effectiveness of plain packaging against those job costs. You mentioned a burden of proof, but if an action is taken that would have a negative consequence in some industries and among certain workers, it seems we're under some obligation to justify that before doing it by virtue of having some proof. So the appeal to evidence, to have something solid to make those kinds of decisions, continues.

I'm curious. A lot of the people on the industry side have spoken of smuggling and the fact that plain packaging would make it easier to access the Canadian market with contraband cigarettes. How do you respond to that?

Ms Heather Selin (Manager, Public Affairs and Communications, Canadian Council on Smoking and Health): The government has measures in place to prevent counterfeiting of many other products, and if it's really serious about preventing the counterfeiting of plain tobacco packaging, there are ways to do it. Certainly some of the mock-ups we did were complicated and detailed enough and use enough colours that it would not be easy to counterfeit. The government would want to design it carefully so that counterfeiting would be prevented. But we don't see that as an insurmountable obstacle.

• 0920

Mr. Hill: Perhaps I could respond to the two things you've said, in order. Your question, Mr. Scott, about proof is a lot of *déjà vu* for me. I was before this committee when Bill C-51, the Tobacco Products Control Act, was being legislated, and the same questions were asked in terms of burden of proof; what proof did we have that banning the advertising in that legislation would reduce consumption? There is no absolute proof, because you cannot have a control group that has never been exposed to advertising or never been exposed to packaging. So there will not be absolute proof. That was the answer then; it's the answer today. I'd like to read you a quote out of *Marketing Magazine*:

...is anyone naive enough to believe that the very act of banning snazzy multi-coloured packaging won't have some effect? At the very least, it will make it obvious to consumers—especially impressionable young consumers—that cigarettes should not be treated like any other product.

M. Hill: Cela nous amène probablement au cœur même du débat. Pour nous, le principal avantage de la banalisation, c'est qu'elle dissuade les jeunes de commencer à fumer. Cela n'empêchera peut-être pas un fumeur invétéré de continuer, mais cela a un effet inhibiteur certain sur les jeunes. Les statistiques nous disent que celui qui n'a pas commencé à fumer autour de la vingtaine a peu de chances de s'y mettre. Je l'admetts volontiers, l'idée de la banalisation vise essentiellement les jeunes.

Mme Bridgman: Il y a quelque chose d'autre. Il faudrait que les emballages banalisés soient en tous points standardisés, sinon tout l'effort d'imagination irait . . .

M. Hill: Parfaitement.

M. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Merci beaucoup et bienvenue à vous.

Vous avez dit qu'il s'agit ici d'une question de santé et non pas d'emploi. Notre problème à nous tous, c'est d'établir l'efficacité de la banalisation des emballages par rapport à la perte d'emplois. Vous avez parlé de la charge de la preuve et il me semble que si nous prenons une mesure préjudiciable à une industrie et à certaines catégories de travailleurs, nous sommes tenus de la justifier à l'aide de certaines preuves. C'est pourquoi nous ne cessons de demander des preuves solides pour justifier une décision comme celle-là.

J suis curieux. Beaucoup de représentants de l'industrie ont parlé de contrebande et ont affirmé que la banalisation des emballages faciliterait l'accès du marché canadien aux cigarettes de contrebande. Qu'en pensez-vous?

Mme Heather Selin (directrice des Affaires publiques et des Communications, Conseil canadien sur le tabagisme et la santé): L'État a déjà des moyens de lutter contre la contrefaçon de quantités d'autres produits, et s'il veut vraiment empêcher la contrefaçon de ces emballages, il y a des moyens de le faire. Les spécimens que nous avons créés étaient passablement complexes et détaillés et font appel à suffisamment de couleurs pour que la contrefaçon soit difficile. L'État pourra soigner le dessin pour éviter la contrefaçon. Pour nous, ce n'est pas un obstacle insurmontable.

M. Hill: J'aimerais répondre aux deux arguments que vous avez soulevés, dans l'ordre. La question que vous avez posée à propos de la preuve, monsieur Scott, pour moi, c'est du *déjà-vu*. J'ai comparu ici lorsque le projet de loi C-51, Loi réglementant les produits du tabac, était à l'étude, et les mêmes questions ont été posées alors. Quelle preuve avions-nous que l'interdiction de la publicité ferait baisser la consommation? Il n'y a aucune preuve absolue car il ne peut y avoir de groupe témoin qui n'a jamais vu de publicité ni de paquet. Il n'y aura donc jamais de preuve absolue. C'était la réponse à l'époque, c'est la réponse aujourd'hui. J'aimerais vous lire un passage du magazine *Marketing*:

Y a-t-il quelqu'un de naïf au point de croire que le fait d'interdire les emballages multicolores accrocheurs n'aura pas un effet quelconque? À tout le moins, cela montrera clairement aux consommateurs, surtout aux jeunes faciles à impressionner, que la cigarette ne doit pas être traitée comme un produit comme les autres.

[Text]

I think if you look at the fight that the tobacco industry put up over Bill C-51, put up over this issue, they wouldn't be fighting as hard if they didn't believe it was a significant matter. It is a significant matter, but you're right. You're only going to have your best judgment to bring to bear on it. You're not going to have scientific proof on it.

I will get to the question part of your comment and follow from Heather's comment on smuggling. It's my reaction that plain packaging would in fact help enforcement. If what is happening is that Canadian manufactured product in plain packaging is being exported and smuggled back, it's going to be very obvious. If it is Canadian product that is not plain packaged and being exported and smuggled back, it is also going to be very obvious what is smuggled goods and what is not smuggled goods on store shelves. So I think plain packaging may be of assistance in enforcement.

In terms of smuggling, I think we are now marching into an era of seeing smuggling go the other way, because some of the border states' taxes in the United States are higher than Canada's, in view of the tax rollback. Perhaps they are not high enough to cause smuggling yet, but unless our government changes the tax policy on tobacco products, the smuggling issue for the moment is over.

Mr. Scott: It strikes me that the plain packaging doesn't necessarily have to be a sort of unsophisticated exercise. Some of the sophisticated packaging and printing equipment and technology that we've heard about since we've begun these hearings might be applied to a plain package—

Mr. Hill: Absolutely.

Mr. Scott: —which would, I assume, then take away the argument that contraband becomes more simple. It isn't outside the realm of possibility that that could be a part of the whole deal. I would assume also that it would do something to protect those jobs from the sophisticated packagers.

Mr. Hill: I think you can have what we are calling plain packaging done in a sophisticated manner that will not impact on jobs in the printing industry. So I think that's true.

I think in terms of smuggling, if it is sophisticated enough that it is hard to distinguish from a smuggling point of view, it is no worse than the present situation today. It's not as if we're creating a smuggling problem by going to plain packaging. I still think that, even though you use sophisticated packaging methods, if you go to a plain pack—standardized, standard colour, standard health messages—you will be able to distinguish legal product from illegal product easier.

Mr. Scott: Thank you.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): Thank you for your presentation. I certainly agree with you that because it's a health committee, it's a committee to review the health. . .not the job losses or supposed job losses should they come about. As a non-smoker, as a consumer, I haven't been convinced at any of these meetings as to what the plain packaging would really do.

[Translation]

Rappelez-vous la lutte menée par l'industrie du tabac autour du projet de loi C-51. Vous voyez le combat qu'elle mène ici. Elle ne se débattrait pas si fort si elle ne croyait pas que ça compte. Effectivement, ça compte, mais vous avez raison. Il faudra vous en remettre à votre jugement. Vous ne pourrez pas compter sur une preuve scientifique.

Je vais répondre à votre question puis faire suite à la réponse de Heather à propos de la contrebande. Moi, je pense que l'emballage banalisé facilitera le contrôle. En effet, si c'est un produit canadien dans un emballage banalisé qui est exporté et réintroduit clandestinement, ce sera très évident. Si c'est un produit canadien qui n'est pas dans un emballage banalisé qui est exporté et réintroduit clandestinement, on verra très bien ce qui est un produit de contrebande et ce qui ne l'est pas sur les étagères. Je pense donc que l'emballage banalisé pourra faciliter le contrôle.

Pour ce qui est de la contrebande, je pense qu'aujourd'hui la contrebande se fait dans l'autre sens parce que dans certains des États frontaliers, les taxes américaines sont plus élevées qu'au Canada, à cause de la réduction récente. Elles ne sont peut-être pas assez élevées pour favoriser dès maintenant la contrebande, mais à moins que notre gouvernement ne change la politique fiscale sur les produits du tabac, le problème de la contrebande, pour le moment, a disparu.

M. Scott: Je m'aperçois que la banalisation des emballages ne signifie pas nécessairement quelque chose de primaire. Ils pourraient très bien faire appel à des techniques et à du matériel d'imprimerie très perfectionné, comme on en a entendu parler depuis le début des audiences.

M. Hill: Sûrement.

M. Scott: Ce qui contredit l'argument selon lequel la contrebande serait plus facile. Il n'est pas impossible que cela fasse partie de tout le plan. Ce serait aussi une manière de protéger les emplois spécialisés de l'imprimerie.

M. Hill: Oui, je pense que les emballages banalisés peuvent faire appel à des techniques perfectionnées, ce qui ne nuirait pas aux emplois dans l'imprimerie. Oui.

Pour ce qui est de la contrebande, si la contrefaçon est bien faite au point qu'il est difficile de la distinguer, ce ne sera pas pire que la situation actuelle. Il ne faut pas croire que l'on crée un problème de contrebande du seul fait que l'on adopte des emballages banalisés. Je crois toujours que, en faisant appel à des méthodes de conditionnement évoluées pour les emballages banalisés, c'est-à-dire avec des couleurs et des messages standardisés, il sera possible de faire la différence entre un produit illicite et un produit qui ne l'est pas.

M. Scott: Merci.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): Je vous remercie de votre exposé. Comme vous, je pense que nous sommes ici pour discuter de santé et non pas de prétendues pertes d'emploi. Je ne fume pas et, comme consommatrice, on n'a pas encore réussi à me faire comprendre ici quel serait l'effet réel des emballages banalisés.

[Texte]

I will put it in this phrase as a consumer. It has been stated that if you go out to buy a package of cookies and the cookies are in a plain bag, they won't eat the contents. Well, I don't go out to buy a package of cookies to eat the bag. When I go to pick up a bottle of perfume, I'm not going to say, I'm going to buy that red box because that red box really looks nice. You're going for contents. Putting it into that kind of relationship, it's hard for me to understand.

[Traduction]

Je vais parler comme une consommatrice. Quelqu'un a dit que si l'on va s'acheter un paquet de biscuits dans un emballage banalisé, les gens ne mangeront pas le contenu. Et bien, moi, quand j'achète un paquet de biscuits, ce n'est pas pour manger l'emballage. Quand je vais choisir une bouteille de parfum, je ne fais pas mon choix en fonction de la boîte rouge qui est belle à regarder. C'est le contenu qu'on achète. Vu comme ça, j'ai du mal à comprendre.

• 0925

For me, plain packaging, versus contents, versus costs, is a much better scenario to put it in. A person does not go out to buy a red package of cigarettes or a blue one because it suits the clothes they're wearing that day or it's the colour that fits their fashion; it's the flavour of that cigarette inside. Convince me that it isn't so.

Mr. Hill: I think there are a lot of things to be said from your question.

First, this product is very unique from any other product. Perhaps, if you have to compare it to any product, you should compare it to drugs. You don't buy drugs for packaging or anything like that; you buy them for the impact. You and your physician understand exactly what the impacts, risks, and side effects are.

That's really what tobacco is, yet consumers do not understand that. They haven't been able to understand it.

I think your question also presupposes somebody who is already addicted to cookies, like I am, or who at least uses them as a regular part of living. What we're talking about is a product that, hopefully, is not used as a regular part of living by young people. What we're concerned about is their attraction to starting to use it as a regular part of living.

The packaging, whether it's cookies or not, has some effect on whether you use the product. I would also say that, obviously, plain packaging is not the only answer. We have always advocated that the restriction and reduction of tobacco should be on an overall basis so it includes advertising bans, tax policy, education, information, and packaging. To some extent, you're right, you won't make a decision solely on the package, but it will be an influencing factor.

Ms Selin: If you talk to kids themselves, many kids have told us that, indeed, the package and the image is a large part of what they're buying. That's reiterated by tobacco company executives.

I'm going to quote from Don Brown, who is currently president of Imperial Tobacco. He was speaking in the *Imperial Tobacco Ltd. v. the Attorney General of Canada* case:

...in the cigarette business there is very little to distinguish, particularly in Canada, because we all use the same kind of tobacco, we do not flavour our tobaccos. So the discrimination in product terms, pure blind product terms, without any packaging or name around it is very limited. You can tell if it's very mild or very strong, and you might get some case characteristics that are different. But it's very difficult for people to discriminate, blind tested. Put it in a package and put a name on it, then it has a lot of product characteristics.

Pour moi, les emballages banalisés par rapport au contenu et par rapport au coût, c'est une bien meilleure façon de voir les choses. On ne va pas s'acheter un paquet de cigarettes rouge ou bleu parce qu'il s'harmonise à ses vêtements ou parce que c'est la mode. C'est pour le goût de la cigarette à l'intérieur. Prouvez-moi le contraire.

M. Hill: Vous avez dit beaucoup de choses dans votre question.

Tout d'abord, ce produit n'est semblable à aucun autre. Si vous voulez faire une comparaison, comparez-le plutôt à une drogue ou à un médicament. On n'achète pas un médicament en fonction de son emballage mais bien pour son effet. Vous et votre médecin savez très bien comment il agit, les risques qu'il présente et ses effets secondaires.

Le tabac, c'est la même chose, sauf que le consommateur ne le comprend pas. Il n'arrive pas à le comprendre.

Dans votre question, vous presupposez aussi que la personne ne peut pas se passer de biscuits, comme moi, ou en tout cas en mange régulièrement. Ici, nous parlons d'un produit qui, je l'espère, n'est pas consommé régulièrement par les jeunes. Ce que nous redoutons, c'est qu'ils se mettent à en consommer régulièrement.

L'emballage, qu'il s'agisse de biscuits ou d'autre chose, a un effet sur la consommation ou non du produit. Évidemment, je dirai que la banalisation de l'emballage n'est pas la seule solution. Nous avons toujours dit que la lutte contre le tabac doit se mener sur plusieurs fronts: l'interdiction de la publicité, les taxes, la sensibilisation, l'information et l'emballage. Dans une certaine mesure, vous avez raison, on ne fait pas son choix uniquement en fonction de l'emballage, mais ce facteur a une influence.

Mme Selin: Quand on parle aux jeunes, beaucoup d'entre eux nous disent que le paquet, l'image, c'est une bonne partie de ce qu'ils achètent. Les dirigeants des compagnies en disent autant.

Je vais vous citer les paroles de Don Brown, l'actuel président de *Imperial Tobacco*. Ses propos sont relatés dans l'affaire *Imperial Tobacco contre le procureur général*:

Dans le marché de la cigarette, il y a peu de choses à distinguer, surtout au Canada, puisque nous utilisons tous le même genre de tabac. Nous n'aromatisons pas nos tabacs. Sur le strict plan du produit, sans emballage ni marque, il y a très peu de distinction. On peut dire si le produit est très doux ou très fort et on peut reconnaître certaines caractéristiques, mais les gens ont beaucoup de mal à faire la distinction dans une épreuve à l'aveugle. Mais mettez le produit dans un paquet et collez-lui un nom, et le produit a beaucoup de caractéristiques.

[Text]

That is the president of Imperial Tobacco.

Mrs. Ur: Right. Being a past producer, there are different blends to put into different cigarettes, so there is a different taste within cigarettes.

As to young people being lured by coloured packages, I find that really hard to understand. Children or young teens will go out and buy a package or pick up five cigarettes, which don't even have a package. Those things have gone on in the last little while.

The students I have spoken to don't know why we are doing this. As long as they can get those cigarettes the cheapest way they can, they are not really worried about what that package is going to look like.

Ms Selin: In studies, kids have said that image is very important when they buy cigarettes. I think we have to look at the empirical evidence.

Mr. Szabo (Mississauga South): This is with regard to the advertising impact. You said the cigarette package is the last venue for the producers to market their products in terms of straight advertising. Obviously, this flash of the package happens millions of times every day. If you make it unattractive and put very serious warnings on it, yet the parent pulls out the package and lights up in front of the kids, do you really think the children would believe the conflicting message that this ugly, bad thing is something of enjoyment to my parent?

Ms Selin: If the warning on the package says tobacco is highly addictive, I think that sends a very strong message to kids. Most smokers want to quit.

• 0930

Mr. Szabo: The question is, the father and the mother I respect and I love don't believe it, so why should I?

Mr. Hill: I'm not sure the answer is they don't believe it, because I think if you ask smokers if they want their children to smoke, you'll get a universal negative—virtually universal. The fact that they are addicted and can't or haven't yet quit smoking doesn't mean they want their children to do it. But I agree with you, in terms of an overall philosophy to reduce consumption, the example in the home is obviously another one.

Mr. Szabo: Let me ask you one other quick question because we are out of time. If I took cigarettes and put a skull and crossbones on that package and that's all, do you think young people would be attracted to buying it?

Mr. Hill: The problem is that if you go too far they will be attracted to it as almost a rebellion thing. So I don't think we are saying put skull and crossbones on it.

Mr. Szabo: I agree with you. There is a threshold at which you defeat yourself.

Mr. Hill: Exactly.

Mr. Szabo: The question we have to determine is whether or not we are encroaching on that threshold.

[Translation]

C'est le président de *Imperial Tobacco* qui parle.

Mme Ur: Entendu. Comme j'ai déjà cultivé le tabac, je sais que l'on fait différents mélanges pour diverses cigarettes. Il y a donc un goût différent selon les cigarettes.

Quant à savoir si les jeunes sont vraiment attirés par des emballages de couleur, j'ai beaucoup de mal à le croire. Des enfants ou de jeunes adolescents vont acheter des cigarettes à l'unité et il n'y a donc pas de paquet. Ça se pratique depuis quelque temps déjà.

Les élèves à qui j'ai parlé ne savent pas pourquoi ils font ça. Pourvu qu'ils puissent obtenir ces cigarettes le moins cher possible, ça ne les intéressera pas de savoir à quoi le paquet ressemble.

Mme Selin: Dans les études, les jeunes ont dit que l'image est très importante lorsqu'ils achètent des cigarettes. Je pense qu'il faut tenir compte des témoignages recueillis.

Mr. Szabo (Mississauga-Sud): Ma question porte sur les effets de la publicité. Vous avez dit que le paquet de cigarettes est le dernier véhicule de promotion du produit. Il est évident que le paquet est montré des millions de fois par jour. Même s'il est rebutant et comporte des mises en garde sérieuses, le père ou la mère le montrent quand même devant les enfants et s'allument une cigarette. Pensez-vous vraiment que les enfants vont vraiment croire que ce que ses parents trouvent agréable est vraiment quelque chose de mauvais et de dégoûtant?

Mme Selin: Si le paquet dit que le tabac crée une très forte accoutumance, je pense que les enfants comprendront le message. La plupart des fumeurs veulent cesser de fumer.

Mr. Szabo: Le hic, c'est que si mon père et ma mère, que je respecte et que j'adore, n'en sont pas convaincus, alors pourquoi devrais-je l'être?

Mr. Hill: Je ne pense pas qu'ils ne sont pas convaincus parce que si vous demandez à des fumeurs s'ils veulent que leurs enfants fument aussi, tous ou presque vous répondront par la négative. Le fait qu'ils soient fumeurs invétérés, qu'ils soient incapables de s'arrêter de fumer ou qu'ils n'aient pas encore essayé ne veut pas dire qu'ils veulent que leurs enfants les imitent. Toutefois, je suis d'accord avec vous, l'exemple au foyer est un des axes de toute cette mobilisation en vue de réduire la consommation de tabac.

Mr. Szabo: Une dernière petite question, parce que nous manquons de temps. Pensez-vous que les jeunes soient tentés d'acheter un paquet de cigarettes sur lequel apparaîtraient un crâne et deux tibias entrecroisés?

Mr. Hill: Le problème, c'est que si vous allez loin, ils en feront presque un acte de rébellion. D'ailleurs, nous ne recommandons pas l'affichage de la tête de mort sur les paquets.

Mr. Szabo: Je suis d'accord. Il y a un certain seuil à ne pas dépasser, au-delà duquel les choses se retournent contre vous.

Mr. Hill: Exactement.

Mr. Szabo: Reste à savoir où se situe ce seuil.

[Texte]

Thank you, Mr. Chairman.

Ms Selin: I think it's important to do the focus testing to find out what's going to be attractive and what's going to be unattractive. We have no interest obviously in increasing consumption through packaging.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Whoever wishes to answer these questions, please feel free. If we change from colour to plain packaging, do we change consumption at all globally or do we merely eliminate brand affinity on the part of the consumer?

Mr. Hill: I think you will have an effect on consumption globally, particularly in the young new smokers. Plain packaging is really directed to trying to limit the people coming into the consumption. I don't think you'll have a significant effect on existing hard-core smokers. They'll either quit or they won't quit, and they probably know the information to some extent about health. What I'm more concerned about is the youth who are going to be attracted to plain packaging, who are not yet addicted and who are going to be basically attracted to start smoking because of the packaging.

Mr. Martin: I guess if we're talking about youth we're talking about the concept of image and youth. I would submit to you that for a 13-year-old, to be the Marlboro man or to be the gorgeous woman on a Virginia Slims commercial is secondary to being skinny and cool and rebellious. Would you agree with that or not?

Ms Comtois: I would like to point out that the proof is in the pudding. We have given you in your package these selected excerpts from the court case from Imperial Tobacco Ltd. internal documents. In that package there is, for instance, Project 16 that looks at how to target young people. The age group they consider as adult is 12 to 24. So look at their documents. I would submit that it's quite clear that's exactly what they are intending when they are designing their packages or they are designing their sponsorship ads. They are trying to hook a specific segment of the population. It's clear that they do target young people when you look at their age groups, 12 to 24 for an adult group.

Mr. Martin: One last question, if I may. What is the relative importance of cost versus packaging in terms of consumption in youth?

Mr. Hill: It's hard to know specifically which is the most important or the degree of importance, but there is no question that cost is a major component, again for youth. We have through tax policy now reduced the cost to youth, and that I think is a significant problem that the country has. But the whole tobacco reduction strategy should not focus on any one item as being the ultimate answer. You have to have several items in place, one of which is packaging, one of which is tax

[Traduction]

Merci, monsieur le président.

Mme Selin: Il est important de conduire un examen avec mise à l'essai pour savoir ce qui sera attrayant et ce qui ne le sera pas. De toute évidence, nous n'avons pas intérêt à accroître la consommation par le biais des emballages.

M. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Qui veut répondre à cette question? Ne vous gênez pas. Donc, si nous changeons la couleur des paquets de cigarettes, pour adopter des paquets banalisés, est-ce que nous allons changer les habitudes de consommation de façon générale ou allons-nous simplement éliminer le phénomène d'affinité avec une marque chez le consommateur?

M. Hill: Je pense que vous obtiendrez un effet sur la consommation en général, surtout dans le cas des jeunes fumeurs débutants. Les emballages banalisés ont pour objet de limiter le nombre de nouveaux fumeurs. Je ne pense pas que vous puissiez ainsi obtenir des résultats probants dans le cas des fumeurs invétérés. Eux, ils s'arrêtent ou ils continuent de fumer, et il est certain qu'ils sont au courant des risques qu'ils courent sur le plan de la santé. Ce qui m'inquiète le plus, ce sont les jeunes qui risquent d'être attirés par des paquets banalisés, eux qui ne sont pas encore «accros», mais qui auraient envie de se mettre à fumer à cause de l'emballage.

M. Martin: Eh bien, s'il nous faut parler de jeunes, il nous faut aussi parler du rapport entre le concept d'image et la jeunesse. Personnellement, j'estime que, pour un adolescent ou une adolescente de 13 ans, le fait de ressembler au type de Marlboro ou à la supermane de la publicité Virginia Slims passe au second plan, derrière le fait qu'il faut être mince, cool et rebelle. Vous ne pensez pas?

Mme Comtois: Eh bien, c'est au fruit qu'on juge l'arbre. Nous vous avons remis des extraits des jugements attendus de ceux qui proviennent de documents internes de la *Imperial Tobacco Ltd.* Par exemple, le «Project 16» analyse le ciblage de la publicité sur les adolescents. Le groupe d'âge qu'on considère ici comme adulte englobe les 12 à 24 ans. Jetez un coup d'œil sur leur document. Selon moi, il est évident que telles sont les cibles de cette firme de tabac, dans la conception de ses emballages et de ses annonces de commandite. Elle essaie d'accrocher un segment particulier de la population. Il est évident que la firme a ciblé les jeunes, puisque ses publicitaires considèrent que le groupe des adultes englobe les 12 à 24 ans.

M. Martin: Puis-je poser une dernière question? Aux yeux des jeunes, quelle est l'importance relative du prix par rapport à l'emballage?

M. Hill: Il est difficile de savoir précisément lequel des deux éléments est le plus important à leurs yeux, mais il ne fait aucun doute que le prix est un facteur déterminant. Or, comme nous avons modifié notre politique fiscale, nous avons réduit le prix des cigarettes pour les jeunes et avons créé ce que j'estime être un problème national important. Toutefois, toute notre stratégie de lutte contre le tabac ne doit pas s'articuler autour d'un seul instrument qu'on jugerait comme étant la solution

[Text]

policy, education, advertising bans—the whole ball of wax is what is needed, particularly to convince youths it's not a cool thing to start; it is not an addiction they want to get into. How you weigh tax policy versus packaging, I don't know.

[Translation]

ultime. Il nous faut intervenir sur plusieurs plans: l'emballage, la politique fiscale, l'information, l'interdiction de faire de la publicité... Ce qu'il nous faut, c'est intervenir sur tous les plans, surtout pour parvenir à convaincre les jeunes que ce n'est pas vrai, ce n'est pas «cool» de commencer à fumer, que c'est une dépendance dont ils pourraient fort bien se passer. Cela étant, quelle est l'importance de la politique fiscale par rapport à l'emballage? Je n'en sais rien.

Mr. Scott: You said earlier that consumers are not making an informed decision. Why do you say that?

M. Scott: Plus tôt, vous avez dit que les consommateurs prennent maintenant des décisions en connaissance de cause. Qu'est-ce qui vous fait dire cela?

Mr. Hill: Some polling that has been done is quite clear in that regard. A 1988 Gallup poll, for example, found that the vast majority of Canadians named lung cancer as a risk of tobacco use, but 70% of them underestimated the percentage of lung cancer caused by smoking. Over 60% underestimated the percentage of lung cancer cases that resulted in death. Only 10% listed tobacco use as the leading cause of preventable death. There was a later Environics poll in 1990 in Ontario that found that only 44% could name lung cancer as a health risk of smoking.

M. Hill: Le résultat non équivoque de certains sondages. En 1988, un sondage Gallup, par exemple, a permis de constater qu'une vaste majorité de Canadiens associaient le cancer du poumon au tabagisme, mais 70 p. 100 d'entre eux sous-estimaient cependant le pourcentage de cancers du poumon effectivement causé par le tabac. En outre, plus de 60 p. 100 des répondants ont sous-estimé le nombre de cancers du poumon mortels. Seulement 10 p. 100 ont déclaré que la consommation de tabac est l'une des principales causes de décès évitables. Un autre sondage conduit plus tard en Ontario par Environics, en 1990, a permis d'établir que seulement 44 p. 100 des répondants pouvaient citer le cancer du poumon parmi les risques du tabagisme.

• 0935

So it's clear that although they have a general idea smoking is bad for you, because that's what they have been hearing, they can't identify or quantify the risk or the fact that lung cancer very often, in a high percentage of cases, leads to death, or that smoking is not just lung cancer—it's heart disease, emphysema, etc. It's quantifying the risk and the extent of the risk that we know from polling are not yet appreciated.

Il est donc évident que, même si les gens savent que fumer est mauvais pour la santé, parce que c'est ce que l'on leur a ressassé, ils ne sont pas à même de quantifier les risques que présente le tabac ou le fait que, dans la plupart des cas, le cancer du poumon est mortel et encore moins que le tabagisme ne se traduit pas uniquement par des cancers du poumon, mais aussi par des maladies cardiaques, l'emphysème, etc. Ces sondages nous ont donc permis de constater que les gens ne sont pas capables de quantifier les risques, d'en évaluer la portée.

Ms Selin: It's important to note that those polls are among adults. The vast majority of people who start smoking are not adults; they are much younger. If adults don't have a good knowledge of the health risks of tobacco, how much do 12-year-olds know? I would submit to you not very much. It's certainly not enough.

Mme Selin: Il convient ici de remarquer que ces sondages ont été conduits auprès d'adultes. Cependant, la grande majorité des fumeurs ne sont pas adultes, il s'agit d'adolescents. Alors, si les adultes ne connaissent pas parfaitement les risques pour la santé qui sont associés au tabac, que peut-on attendre de la part d'un jeune fumeur de 12 ans? Pas grand chose, je pense. Du moins certainement pas assez.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): With the permission of the committee, I would just like one question from the chair. You made the observation that individual tobacco companies are not making presentations to the committee. You made the inference that it's likely because they believe that the whole tobacco industry would be damaged. How do you relate that inference to the mission of your group?

Le vice-président (M. Pagtakhan): Si le Comité me le permet, j'aimerais poser une question. Vous nous avez fait remarquer que les compagnies de tabac n'ont pas comparu devant le Comité. Selon vous, c'est parce qu'elles estiment que toute l'industrie du tabac y laisserait des plumes. Quelle est l'incidence d'une telle conclusion sur la mission de votre groupe?

Mr. Hill: What I'm really saying is that the tobacco industry response to advertising bans, restriction on packaging, anything like that, is that those things are not geared to attract youth into the addiction but are only geared to attract existing smokers to switch brands. If that's the case, their interests are not the same. One company would want to win over the other. They would be here individually, some favouring plain packaging if they are currently the losers in market share, in hopes that it

M. Hill: En fait, ce que je disais, c'est que l'industrie du tabac a soutenu que la publicité, l'emballage et tout le reste, qui font à présent l'objet d'interdits ou de restrictions, ne sont pas destinés à séduire une clientèle d'adolescents, mais plutôt à détourner les clients d'autres marques. Eh bien, si tel était le cas, toutes ces compagnies n'auraient pas le même intérêt. Elles voudraient toutes rognier des parts de marché sur les autres. Elles se seraient présentées devant vous, et certaines auraient

[Texte]

would increase their market share. They're not doing that. In my view, the reason they're not doing it is that this is not their real reason. Market share really has nothing to do with it.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you so much, Mr. Hill, Ms Selin and Ms Comtois.

Oh, I'm sorry, did you miss your question?

Mme Picard (Drummond): Monsieur Hill, je sais que les jeunes qui commencent à fumer à l'âge de 11, 12 ou 13 se procurent surtout des cigarettes à l'unité. J'ai fait une petite enquête, et c'est ce qu'on m'a dit. Ils ne s'intéressent pas tant à l'emballage qu'au contenu. On peut faire une comparaison avec les drogues illicites, notamment la marijuana. Cela ne se vend pas en paquet. C'est la cigarette elle-même qui les attire.

Si on indiquait sur le paquet de cigarettes tous les dangers du tabagisme, cela aurait peut-être un effet positif.

Pour réduire le tabagisme, ne serait-il pas beaucoup plus efficace de faire une campagne dans toutes les commissions scolaires pour sensibiliser les jeunes de 11, 12 et 13 ans aux effets négatifs du tabagisme?

On m'a raconté quelque chose. Dans une commission scolaire, on avait installé des mannequins avec des poumons et un système de tubes. On voyait un mannequin qui fumait et la fumée qui circulait vers un autre mannequin et dans le poumon. Le poumon changeait de couleur. On m'a dit que cela avait eu un effet très positif, que cela avait fait prendre conscience aux jeunes des effets néfastes de la cigarette.

J'ai de la difficulté à croire qu'un emballage neutre pourrait réduire significativement le tabagisme chez les jeunes.

Mr. Hill: The lung program you refer to is one of the Canadian Cancer Society. There is no question that this is a thrust that is continuing. There are education programs from a lot of health groups in the schools, some of which have now been adopted as curriculum, particularly in Ontario. On the other hand, the fact that you teach an 8- or 10-year-old that it is bad sometimes gets offset by the time they are 12 by the glittery packaging. Going to plain packaging and advertising bans is an attempt to keep that health message in the schools. It is a health message, period, without being offset by the glitter and attraction of advertising and packaging.

[Traduction]

même défendu l'emballage banalisé espérant que celui-ci pourrait éventuellement leur permettre de regagner la part de marché qu'elles auraient perdu. Or, tel n'est pas le cas, ce qui me porte à croire que ce n'est pas vraiment pour cela qu'elles ne comparaissent pas. En fait, les parts de marché n'ont rien à voir avec tout cela.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci beaucoup, monsieur Hill, madame Selin et madame Comtois.

Excusez-moi, vous ai-je oubliée?

Mrs. Picard (Drummond): Mr. Hill, I know that youth who start smoking at 11, 12 or 13 years of age, buy most of their cigarettes on a unit basis. I conducted my own little survey and this is what I was told. They do not care as much about packaging as they do about the content. We could make a parallel with illegal drugs like marijuana which are not packaged when sold. The same applies to cigarettes. It is the product itself that attracts young people.

If we listed on cigarette packages all the risks associated with tobacco use, we might get a real impact.

To reduce tobacco use, it might be a lot more efficient to launch a general information campaign in every school board in order to make the 11,12 and 13 year olds aware of the negative effects of smoking.

As a matter of fact, I was once told the following story. A school board had organized the display of dummies equipped with lungs and tubing systems. One of the dummies was smoking. The smoke was moving towards another dummy and circulating through its lungs, which were changing colour. I understand that this display had a very positive impact on the kids and helped them realize the negative effects of cigarette smoking.

I have a hard time believing that plain packaging could significantly reduce tobacco use among youths.

M. Hill: Le programme auquel vous faites allusion a été mis sur pied par la Société canadienne de cancer. Il s'agit, bien sûr, d'un effort qui se poursuit, comme bien d'autres du genre, entrepris dans des écoles par des groupes de santé. Certains de ces programmes font désormais partie du cursus scolaire, surtout en Ontario. D'un autre côté, les avantages de l'enseignement de ce genre donné aux huit à dix ans sont parfois contrecarrés, deux ans plus tard, par l'effet accrochent des emballages de cigarettes. Donc, la banalisation des emballages et l'interdiction de faire de la publicité pour le tabac sont deux moyens permettant de renforcer ces précieux enseignements sur la santé donnés en milieu scolaire. Il faut nous en tenir à ce discours sur la santé et ne pas risquer de le voir éclipsé par le côté accrochent et attrayant de la publicité et des emballages.

• 0940

Ms Selin: One possibility might be to use the package to put pictures on. Some young women that I spoke to said that perhaps they should put a picture of a blackened lung on the package itself. That might be the kind of information that we need on packages. I think we need to look at the plain package as an education tool in itself. The best school-based program is not going to reach every single person, whereas the cigarette package reaches every smoker and potential smoker.

Mme Selin: On pourrait, par exemple, mettre des photos sur les paquets. Des adolescentes avec qui je me suis entretenue m'ont suggéré de mettre des photos de poumons encrassés sur les paquets de cigarettes. Après tout, peut-être est-ce là le genre d'information que nous voulons véhiculer. Nous devons envisager la banalisation des paquets comme un moyen d'information. Le meilleur des programmes en milieu scolaire ne permettra pas d'atteindre tout le monde, contrairement aux paquets de cigarettes que tous les fumeurs et fumeurs potentiels ne manquent pas de voir.

[Text]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you for your presentation.

We will have a minute before we call the next witness.

[Translation]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci de votre exposé.

Nous allons prendre une minute avant d'appeler le témoin suivant.

• 0942

• 0943

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I welcome you to the committee. Please proceed.

Professor Richard W. Pollay (Marketing, University of British Columbia): Thank you, Mr. Chairman.

My name is Richard Pollay and I am a professor of marketing at the University of British Columbia, where I am also curator of the history of advertising archives. As a professor in a business school I am in an environment that conventionally resists all regulation and government legislation that may impact upon business practices, so it may surprise you that I am here in support of plain packaging. I speak in support of plain packaging because the more I have learned about the tobacco industry, the more shocked I have become at their persistent and predatory practices.

I know those are strong words and I can only give you a few highlights to back those up. I will show you some slides and encourage you to review my statement, and of course I will answer any questions you may have.

My judgments about the industry are based upon the last seven years of my research, which has been intensely involved in the industry. I have published in places like *Advances in Consumer Research*, the American Academy of Advertising Proceedings and the *Journal of Public Policy and Marketing*, and I was recently honoured to be asked to be the expert to write the advertising materials for the U.S. Surgeon General's report. I received that invitation on two successive volumes. I have been involved in that over several years.

I have also had access to many of the corporate documents that very few people get to see outside of the industry. I have testified in several liability actions in the United States and testified for three days in the Tobacco Products Control Act challenge in Montreal, where I reported on the nature of those documents. So that is the foundation for my opinions about Canadian practices and, more generally, cigarette marketing worldwide.

My first point is that packaging is a central element to the marketing and promotional mix of the firms. You can find quotes from all the textbooks reinforcing that, and you will find quotes from the corporate documents as well. I see it as the last

Le vice-président (M. Pagtakhan): Soyez les bienvenus, je vous en prie, vous pouvez commencer.

M. Richard W. Pollay (professeur de marketing, Université de la Colombie-Britannique): Merci, monsieur le président.

Je m'appelle Richard Pollay et je suis professeur de marketing à l'Université de Colombie-Britannique et conservateur du service des archives sur l'histoire de la publicité. Comme je suis professeur dans une école de commerce, dans un milieu où l'on conteste habituellement les lois et les règlements proposés par le gouvernement, qui pourraient avoir une incidence sur les pratiques commerciales, il peut sembler étrange que je prenne la parole devant vous aujourd'hui afin d'apporter mon appui à l'adoption d'un emballage de cigarettes banalisé. Mon geste s'explique par le fait que, plus j'en apprends à propos de l'industrie du tabac, plus je me fais une piètre opinion de ses méthodes propagandistes et cupides.

Ce sont certes là des termes très durs que je ne propose d'étayer par certains exemples. Je vous projetterai certains transparents et je vous encourage à suivre sur mon mémoire, après quoi je me tiendrai, bien sûr, à votre disposition pour répondre à vos éventuelles questions.

Mon point de vue au sujet de cette industrie repose sur les conclusions que j'ai pu tirer au cours des sept dernières années, durant lesquelles j'ai effectué des recherches qui ont en grande partie porté sur l'industrie du tabac. Durant cette période, j'ai publié dans plusieurs revues, telles que *Advances in Consumer Research*, l'American Academy of Advertising Proceedings et *Journal of Public Policy and Marketing*, et j'ai également été retenu comme spécialiste pour la rédaction des parties relatives à la publicité du rapport du Surgeon General aux États-Unis. Comme il s'agit d'un rapport en deux parties, sa rédaction, qui est déjà commencée, me mobilisera pendant plusieurs années.

J'ai eu accès à de nombreux documents d'entreprise que très peu de gens de l'extérieur ont pu consulter. J'ai témoigné dans le cadre de nombreux procès aux États-Unis, de même que dans le cadre de l'examen de la constitutionnalité de la Loi réglementant les produits du tabac, à Montréal, où j'ai fait état de la nature de ces documents. C'est donc sur la base de ces divers éléments que je me suis forgé une opinion au sujet des pratiques de l'industrie canadienne du tabac et, plus généralement, des tactiques de commercialisation de la cigarette dans le monde entier.

Tout d'abord, j'estime que l'emballage est l'élément central de toute campagne de marketing et de promotion des compagnies de tabac. Tous les ouvrages traitant de la question le confirment et on en parle même dans les documents des

[Texte]

link in several phases of communication; that is, research, discussion with the consumers, identifying the psychological needs that consumers have. Advertising communicates to establish certain images or brand personalities, to make the brands appear to meet those needs. Then the product and its graphic design, especially when displayed in retail settings, become the delivery of that promise. This becomes another form of advertisement when the consumer takes the package out of his pocket.

[Traduction]

entreprises concernées. J'y vois le dernier maillon de la chaîne des moyens promotionnels qui part de la recherche pour se poursuivre par les discussions avec les consommateurs et la détermination des besoins psychologiques du client. Intervient ensuite la publicité qui crée l'image ou la personnalité de la marque, afin que cette marque donne l'impression de répondre aux besoins constatés. En bout de course, quand le produit est exposé en magasin, avec les éléments graphiques qui le caractérisent, il répond visuellement à ses promesses. Cela étant, il se produit un effet de publicité secondaire quand le consommateur sort le paquet de sa poche.

• 0945

The research on cigarette packaging, I think, is testimony to its importance in the marketing mix. A lot of money is spent on high-quality packaging and in the research there. I won't continue on that. I would note, however, that packaging has long been considered an appropriate area for regulation. In the 1960s the U.S. attempted a self-regulating cigarette advertising code. It included the packaging as part of the way in which it controlled the advertising. I quote:

Advertising under the code means the package of cigarettes itself. It means the carton and the shipping case. It means the decorative sleeves that dress up the carton during the Christmas season.

The failure to include the package in the Tobacco Products Control Act, which was an attempt to control the promotion and inducement to the sale of cigarettes, I think is an omission in that act. And I think your consideration of plain packaging is appropriate, because it closes that loophole.

Packaging is particularly appropriate for youth because of the way in which a cigarette acts as a badge product and provides the user with a sense of identity.

I would point out that the cigarette advertising we're talking about, including the advertising of today about sponsorship events and all, is not informational in character. In fact, in our trade we talk about it as being transformational in character. It tries to communicate lifestyle associations, brand imagery, brand personality to rehearse and shape perceptions of smoking, to make smokers seem attractive and admired, independent and intelligent, athletic and at home with nature.

I want to show you a few ads today. But as one preface before I do that, you hear a lot of representation by the industry that the only intent they have is brand share. There is the switching behaviour that is not at all reinforced by what I have seen in the corporate documents. The vast majority of corporate documents are concerned with either reassuring concerned smokers or recruiting adolescent smokers, recruiting starters or new users. Brand switchers are tertiary and a minor objective. So I do not find that claim of theirs credible. Let me show you a few examples. The first examples I'll show you are for Vantage.

La recherche sur les emballages de cigarettes témoigne, selon moi, de leur importance sur le plan du marketing. On investit beaucoup d'argent dans la recherche et la conception d'emballages de haute qualité. Mais je ne poursuivrai pas dans cette veine, si ce n'est que je tiens à vous faire remarquer qu'on estime, depuis longtemps, que l'emballage doit faire l'objet d'une réglementation. Dans les années soixante, en effet, les fabricants américains ont tenté d'adopter un code d'auto-réglementation visant la publicité sur les cigarettes. L'emballage faisait partie des moyens envisagés pour contrôler la publicité. Je cite:

La publicité englobe le paquet de cigarettes lui-même. Elle couvre la cartouche et la caisse d'expédition, ainsi que le bandeau décoratif habillant les cartouches durant la période des Fêtes.

Le fait que le Canada n'ait pas inclus les emballages dans la Loi réglementant les produits de tabac qui se voulait une façon de contrôler la promotion des cigarettes et l'incitation à leur achat, est, quant à moi, un oubli regrettable. Par contre, la banalisation des paquets de cigarettes que vous envisagez est tout à fait opportune, parce qu'elle réparera cette omission.

L'emballage revêt une importance toute particulière dans le cas des jeunes, parce que la cigarette est un «produit symbole» qui procure un certain sens d'identité au consommateur.

Il faut préciser ici que la publicité dont nous parlons, à propos de la cigarette, y compris la forme de publicité actuelle qui est la commandite d'événements, n'a rien d'informatif. En fait, dans mon milieu, on parle de publicité «transformationnelle», puisqu'elle a pour objet d'associer le produit à un mode de vie, de créer une image, de proposer une personnalité à imiter et de modeler les perceptions associées à la consommation de cigarettes pour que les fumeurs se sentent attrayants et admirés, indépendants et intelligents, athlétiques et en osmose avec la nature.

Je vais vous montrer quelques publicités. Mais avant cela, parlons un peu de la position de l'industrie qui prétend que la publicité a pour seul objet de lui permettre de maintenir ou de conquérir des parts de marché. Cependant, dans les documents d'entreprise qu'il m'a été donné de consulter, il n'est presque pas question d'incitation à changer de marque. La plus grande partie de ces documents parlent essentiellement de rassurer les fumeurs qui sont conscients des risques ou de recruter des fumeurs adolescents, d'attirer des débutants ou de nouveaux consommateurs. Les fumeurs qui changent de marque constituent un phénomène tout à fait tertiaire et représentent un objectif mineur. Donc, j'estime que les revendications des firmes de tabac ne sont pas crédibles. Permettez-moi de vous en citer quelques exemples. Commençons par la marque Vantage.

[Text]

Vantage cigarettes are targeted at a female white collar worker extremely concerned about health and who would like to quit smoking. The desired intention of the early Vantage campaign was to create the perception that there is no need to quit if you choose Vantage. That of course is a very debatable presumption.

It was also a desire to establish a consumer perception that Vantage is a contemporary cigarette for intelligent smokers. The early campaign used a lot of words, but this was a disadvantage because one of the phrases was "Vantage cuts down substantially on what you may not want". The manufacturer hoped that consumers would think about tar and nicotine. Unfortunately, some consumers thought about lung cancer, so this campaign had to be revised.

This is another one with the same kind of text. The revised campaign used more visual imagery, because a picture speaks eloquently and is worth a thousand words, as we say proverbially. So here is one example of a campaign, contemporary choice. I quote from the corporate documents:

Research indicates that a positioning against "intelligence" is extremely aspirational to the Vantage source smoker... "intelligent people" are best symbolized as individuals pursuing "creative occupations"...

• 0950

Hence the various props here for an architect.

In the initial campaign... the product—

—that is these—

—will be positioned as "hero" to transfer imagery and enjoyment values.

I note the explicit plan to focus on the products so it will accumulate these imagery and enjoyment values.

Another campaign for Matinée wanted to exploit its low-tar nicotine perception in a positive manner related to health. Again, this is an ad addressing concerned smokers—the majority of smokers are concerned—and does so using the very pictures of health, using active forms of leisure, bicyclists, cross-country skiers, wind-surfers, and things like that, very active forms of leisure in keeping with people who value a sense of well-being. Now, these pictures of health are very extensively researched, and I will come back to that point.

The majority of the documents that we reviewed for the Canadian trial were about the targeting of kids. Although it's denied in the public relations efforts, the corporate documents speak otherwise. I quote:

[Translation]

La publicité relative à cette marque vise principalement les femmes cadres, extrêmement soucieuses de leur santé, qui souhaitent cesser de fumer. Les premières campagnes de Vantage avaient pour objet de donner l'impression aux gens qu'il n'était pas nécessaire d'arrêter de fumer s'ils choisissaient Vantage. C'est là, bien sûr, une prétention tout à fait discutable.

On voulait également donner l'impression aux consommateurs que Vantage est une cigarette contemporaine, privilégiée par les fumeurs intelligents. Dans les premières campagnes, les gens de la marque avaient retenu de longs textes, ce qui a posé quelques inconvénients, à cause notamment de slogans du genre «Vantage réduit de beaucoup ce que vous ne désirez peut-être pas». Le fabricant espérait que le consommateur penserait au goudron et à la nicotine. Malheureusement, certains ont pensé au cancer du poumon, si bien que cette campagne a dû être revue et corrigée.

Voici une autre publicité présentant le même genre de texte. La campagne révisée s'appuie beaucoup plus sur la représentation visuelle, parce que, comme le dit le proverbe, une image vaut mille mots. Voilà donc un exemple de la campagne «le goût de l'heure». Je cite les documents de la compagnie:

Les recherches ont révélé, d'une part, que le fait d'établir un lien entre la Vantage et l'intelligence inspire fortement les fumeurs qui privilient la marque et, de plus, que les images représentant des personnes exerçant un métier créatif sont celles qui évoquent le mieux les «gens intelligents»...

Ce qui explique les accessoires d'architecte que l'on voit ici.

Durant les étapes initiales de la campagne... le produit—

—c'est de cela dont on parle—

—sera positionné comme «héros» pour transmettre des images et des notions agréables.

Je souligne ici que le plan visait explicitement à mettre l'accent sur le produit, de façon que celui-ci s'assortisse d'images et de notions agréables.

Dans une autre campagne, Matinée voulait exploiter l'idée qu'une cigarette à faible teneur en goudron et en nicotine est moins dangereuse pour la santé. Dans ce cas également, on s'adresse aux fumeurs conscients des risques qu'ils courrent—ce qui est le cas pour la majorité d'entre eux—and on a recours à des images axées sur la santé, représentant une forme de loisir actif pratiqué par des cyclistes, des skieurs de randonnée, des véliphilochistes et autres sportifs du genre, ce qui communique un certain sens de bien-être physique au lecteur de l'annonce. Notons, cependant, que ces images illustrant le bien-être physique sont particulièrement bien étudiées, mais je reviendrai sur cet aspect plus tard.

La majorité des documents examinés à l'occasion du procès conduit au Canada portaient sur le phénomène de ciblage des enfants. Contrairement à ce que les fabricants de tabac déclarent dans leur campagne de relations publiques, les documents de l'industrie confirment nos craintes. Je cite:

[Texte]

If the last ten years has taught us anything, it is that the industry is dominated by the companies who respond most effectively to the needs of younger smokers. Our efforts on these brands will remain on maintaining their relevance to smokers in these younger groups in spite of the (poor) share performance they may develop among older smokers.

That is, we'll run ads that appeal to the young even if they don't appeal to the old.

These kids may seem young to you, but in fact the corporate documents I talk about discuss the behaviour of 11, 12 and 13-year-olds, media plans specify 15-year-olds, and whole research projects talk about Project 16, youth target study and the like.

In these documents adolescent addiction is acknowledged but then ignored. Project 16 and others reveal that however intriguing smoking was at 11, 12 or 13 years old, by the age of 16 or 17 years many regret their use. Later on, Imperial Tobacco documents say:

Starters no longer disbelieve the dangers of smoking, but they almost universally assume these risks do not apply to themselves because they will not become addicted. Once addiction does take place, it becomes necessary for the smoker to make peace with the accepted hazards. This is done by a wide range of rationalizations. . . . the desire to quit, and actually carrying it out, are two quite different things, as the would-be quitter soon learns.

Quebecois subjects were no different. A research project there found, and I quote:

They are sorry that they ever started smoking because it's harmful but they feel somewhat trapped. They are constantly reminded of their lack of willpower.

And later on:

Those who have tried to give up smoking have found the experience very painful. It made them realize that, although they thought they could quit easily, they have become slaves to their cigarettes.

So these references to being slaves to the cigarettes and addiction are from the corporate documents themselves.

Now, how are the adolescents appealed to? Unfortunately, this is a very dark slide. This is a picture of a windsurfer on a beach. Again, like the Matinée campaign they show someone who is the very picture of health, in this case a fairly rugged man alone in the outdoors. Careful research found that this business of carrying the windsurfing equipment induced some consumers to react, "Gee, how heavy is that? Maybe I'll get out of breath. Breath. Lungs. Lungs. Lung cancer. Oops." So the research suggested a revision of this ad to sit this person down.

[Traduction]

Au cours des dix dernières années, on a au moins appris que l'industrie est dominée par les fabricants les plus réceptifs aux besoins des jeunes fumeurs. Nos efforts sur ces marques continueront de veiller à ce qu'elles soient adaptées aux exigences de ce créneau, malgré le «piètre» attrait qu'elles pourraient avoir auprès des fumeurs plus âgés.

Autrement dit, la société a l'intention de continuer à faire de la publicité s'adressant spécifiquement aux jeunes, même si elle ne devait pas «accrocher» les plus vieux.

Ces adolescents, que l'on voit ici, peuvent vous paraître jeunes, mais dans les documents d'entreprise qu'il m'a été donné de consulter, il est question du comportement des 11, 12 et 13 ans, les plans publicitaires parlent des jeunes de 15 ans, divers projets de recherche parlent du «Project 16», d'études de ciblage des jeunes et d'autres entreprises du genre.

Dans ces mêmes documents, on reconnaît la dépendance de l'adolescent face à la cigarette, mais on n'en tient pas compte. Le «Project 16» a également révélé que, bien que la cigarette ait pu exercer un certain attrait auprès des jeunes de 11, 12 ou 13 ans, bon nombre de ceux-ci, une fois arrivés à l'âge de 16 ou 17 ans, regrettent d'avoir commencé à fumer. Les chercheurs d'Imperial Tobacco ont ensuite appris que

les fumeurs novices ne sont plus sceptiques face aux dangers du tabagisme, mais qu'ils se croient presque tous à l'abri de ces dangers, persuadés qu'ils ne deviendront pas dépendants de la cigarette. Mais une fois que la dépendance s'installe, le fumeur doit accepter les risques reconnus de l'usage du tabac. Toute une gamme de raisonnements peuvent l'y aider. . . le goût de renoncer à la cigarette et le fait d'y renoncer sont deux choses très différentes comme le fumeur s'en rend vite compte.

Les sujets québécois font preuve d'attitudes semblables. Des chercheurs ont constaté et je cite:

Ils regrettent d'avoir commencé à fumer, étant donné les conséquences néfastes du tabagisme; cependant, ils se sentent quelque peu prisonniers de leur dépendance. On leur rappelle continuellement leur manque de volonté.

Et plus loin:

Ceux qui ont essayé d'arrêter ont trouvé l'expérience très pénible. Leur tentative leur a permis de se rendre compte que, même s'ils croyaient pouvoir renoncer facilement à la cigarette, ils en étaient devenus esclaves.

Vous avez bien entendu, c'est dans des documents d'une société de tabac qu'on parle d'esclavage et de dépendance.

Voyons à présent ce qui attire les adolescents. Malheureusement, cette diapositive est sous-exposée. Il s'agit d'un véliplancheur sur une plage. Une fois encore, tout comme pour la campagne de Matinée, on nous présente quelqu'un en pleine santé, dans ce cas, c'est un costaud qui pratique un sport de plein air. Toutefois, des recherches un peu plus fines ont permis de constater que la représentation d'un véliplancheur transportant sa voile pouvait amener le consommateur potentiel à se poser des questions: «Nom d'un chien, c'est lourd ce truc-là? Moi, je serais à court de souffle. Souffle? Poumons? Poumons? Cancer des poumons? Oo-là-là!» Fort de ce constat, les publicitaires ont révisé l'annonce et notre véliplancheur est à présent assis.

[Text]

What's going on here is using as much of a picture of health as you can get away with. What I mean by "getting away with" is without precipitating thought. You want the picture to be taken for granted, to be taken in at a glance, be part of what you see and believe without counter-argument.

So the whole campaign here for Player's features these heroic individuals alone, and alone is key. The corporate documents for this say that the ad should show the person "free to choose friends, music, clothes, own activities, to be alone if he wishes", someone "who can manage alone", to be "close to nature" with "nobody to interfere, no boss/parents", self-reliant enough to experience solitude without loneliness.

[Translation]

Il est ici question d'avoir le plus possible recours aux images projetant l'idée de santé. Et quand je dis «le plus possible», je veux dire sans qu'on provoque la réflexion. Il faut qu'on accepte la représentation graphique telle qu'elle est, en un seul coup d'œil, qu'une osmose se crée entre l'annonce et le lecteur de l'annonce qui doit croire à ce qu'on lui présente sans envisager une seule contre-argumentation.

Donc, dans toute cette campagne de Players, on voit des héros déambuler seuls, car l'indépendance est l'élément-clé. Dans les documents de la société, on apprend que les annonces doivent représenter des personnes libres de choisir leurs amis, leurs vêtements et leurs activités, d'être seules lorsqu'elles le souhaitent; autrement dit, il faut représenter des personnes qui peuvent se débrouiller seules et qui sont proches de la nature, sans que qui que ce soit ne nuise à leurs projets, pas plus un patron que les parents, et qui sont suffisamment autonomes pour demeurer seules sans souffrir de la solitude.

• 0955

The reason for that is something that the research documents speak to and that most parents come to recognize. The pressing need of adolescents is the need for autonomy, independence, and to stand on their own, free from the authority of parents, teachers, or whatever. That psychological need is what's being addressed. These ads try to make the cigarette brand—in this case Player's—a symbol of this independence and autonomy.

Since the Tobacco Products Control Act was enacted, the industry has exploited a certain gap, and just very quickly I'll show you examples of this. For the promotion of events, there are no warnings, of course, in these ads. These ads are now focusing on a different image, that of the racer.

You may think that this is quite different but it is not. The industry research, in this case from the U.S., says that these racers have positive personality characteristics—showing courage, independence, adventurism, and aggressiveness. Small wonder that very young starters choose these brands because it provides them with an instant badge of masculinity, independence, adulthood, or sophistication.

I know time is of the essence, so let me just sum up by saying that I find all of this advertising and creation of brand images inherently false and misleading, and it is creating the erroneous impression some laws speak about.

They're certainly heavily ironic, that is, we offer concerned smokers a dangerous product with the image that it's an intelligent choice when it clearly is not and, most perversely, we sell an addictive product to adolescents with the images of independence. They don't gain independence; they gain addiction.

I'll be happy to answer any questions you may have about the advertising and packaging.

Et il y a une raison à cela, une raison à laquelle les documents de recherche s'intéressent et que la plupart des parents finissent par admettre. Il s'agit de ce besoin pressant que ressentent les adolescents d'être autonomes, indépendants, d'agir à leur guise, libres de toute autorité parentale, tutoriale ou autre. Et c'est précisément à ce besoin psychologique que les publicitaires veulent répondre. Les publicités font de la marque de cigarettes—*Player's*—un symbole d'indépendance et d'autonomie.

Depuis l'adoption de la *Loi réglementant les produits du tabac*, l'industrie a exploité une lacune de cette mesure que je me propose de vous démontrer très rapidement. Dans le cas des événements promotionnels, les publicités ne comportent bien sûr aucun avertissement. La publicité désormais une image différente, celle d'un coureur automobile.

Si vous pensez que c'est bien différent, détrompez-vous. Aux États-Unis, une étude commerciale a révélé que les coureurs automobiles présentent des traits de personnalité positifs: courage, indépendance, témérité et dynamisme. Il ne faut donc pas s'étonner que les fumeurs débutants choisissent ces marques parce qu'elles leur confèrent instantanément le sceau de la masculinité, de l'indépendance, de la maturité ou du raffinement.

Comme je sais que nous sommes pressés par le temps, je vais résumer ma présentation en quelques mots. Pour tout dire, j'estime que toutes ces publicités et ces images de marques sont fausses, trompeuses et elles créent le genre de fausses impressions qu'on évoque dans certaines lois.

Il faut bien sûr y voir beaucoup d'ironie, puisqu'on propose à des fumeurs conscients des risques qu'ils courent un produit dangereux en leur donnant l'impression qu'ils font un choix intelligent alors que c'est loin d'être le cas et, pire encore, on vend encore à des adolescents un produit qui crée une dépendance en leur parlant d'indépendance. Loin de devenir autonomes, indépendants, ils ne peuvent plus se passer de cigarettes.

Je serai à présent très heureux de répondre aux questions que vous voudrez me poser à propos de la publicité et de l'emballage.

[Texte]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you, Professor.

Mme Picard: Bonjour, monsieur Pollay. Je suis étonnée qu'on nous présente toujours cette publicité. Depuis la mise en oeuvre de la nouvelle réglementation sur les produits du tabac, du moins au Québec, on voit de moins en moins de publicité sur les marques de cigarettes. Il n'y en a pas à la télévision et dans nos magazines, sauf dans les magazines qui nous viennent des États-Unis. C'était simplement une remarque.

Vous dites dans votre rapport:

Cette étude a permis de déterminer les facteurs susceptibles d'inciter les adolescents à commencer à fumer, notamment la découverte d'un besoin d'indépendance. La cigarette exerce un certain attrait auprès des jeunes.

Ne croyez-vous pas que ce n'est pas l'emballage, mais le contenu qui attire les jeunes? Ne croyez-vous pas qu'on devrait plutôt s'attaquer aux vrais problèmes, qui sont surtout psychologiques?

Prof. Pollay: I need clarification for the end because I'm not sure what's meant by "more psychological in nature". But I can respond to the general point.

First of all, there is a continuing amount of advertising in multiple media. I've seen the sports advertising of players racing in magazines, on billboards, in bus shelters, and in television coverage of the sporting events. I can show you the slides, if you want. In fact, let's do that first.

The spending on this promotional budget is now running at about 50% of what it was, so this campaign for sports appears in multiple magazine insertions, billboards, newspaper ads, and television coverage. This exposure is not accidental, of course. Signs are placed all over the events to ensure that the photography and television coverage give lots of exposure for the cigarette advertising, and there's heavy use of media for that purpose. So this is a very managed means of getting substantial exposure.

The packaging is the final pay-off, i.e., all this advertising serves to create a certain image of the product. What is the meaning of a Player's brand and what does that say about the person who smokes? What is the character of a Player's, du Maurier or Export smoker?

The adolescent who then obtains that package appropriates that image and displays it to others. A large part of the advertising is designed to affect social perceptions, i.e., how that smoker is perceived by others, by the proverbial peer group.

So I believe that packaging design is a very important aspect. Obviously I don't denigrate the addictive nature of nicotine and the way in which nicotine itself serves to generate a need for the product, but I think the packaging is a very important reason why people start and it governs the ages at which people begin to smoke.

[Traduction]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci, professeur.

Mrs. Picard: Good morning, Mr. Pollay. I'm surprised people keep on presenting us these adds. Since the coming into force of the new Tobacco Products Control Act, we have seen fewer and fewer ads for cigarette brands, particularly in Quebec. There aren't any on television nor in magazines, except in those coming in from the United States. That was just an observation, in passing.

In your report you say, and I quote:

Among the insights into starting that were revealed "the adolescent seeks to display his new urge for independence with a symbol, and cigarettes are such a symbol".

Don't you think that it is the content and not the packaging that appeals to young people? Don't you think that we should be dealing with the real problems, which are mostly psychological in nature?

Prof. Pollay: Vous devrez me préciser ce que vous entendez par «surtout psychologiques». Toutefois, je peux vous répondre de façon générale.

Tout d'abord, la publicité n'a jamais cessé et elle paraît sur plusieurs supports. Dans les magazines, sur les babillards, dans les abribus et à la télévision, pendant la couverture d'événements sportifs, on ne peut manquer les publicités de Player's. Je peux vous montrer des diapositives, si vous le voulez. Tenez, pourquoi ne commencerions-nous pas par là.

Ce budget de promotion est aujourd'hui à peu près la moitié de ce qu'il était auparavant, et cette campagne de promotion dans le sport, donne lieu à de nombreux encarts dans des magazines, à des panneaux publicitaires et à des publicités dans les journaux et à la télévision. Ce genre d'exposition n'est bien sûr pas accidentelle. On placarde des affiches partout pour s'assurer que les reportages photographiques et de télévision donneront un maximum d'exposition aux publicités de cigarettes et c'est pour cela que les marques ont recours à plusieurs médias. Voilà une façon d'obtenir une couverture très importante.

• 1000

L'emballage est la dernière pierre de l'édifice, puisque toute cette démarche publicitaire sert à créer une certaine image du produit. Quelle est l'image que projette la marque Player's et que peut-on dire de la personne qui fume des Player's? Quel est le caractère d'un fumeur de Player's, de du Maurier ou d'Export?

L'adolescent qui met la main sur un paquet de cigarettes s'approprie l'image de la marque et la projette sur les autres. Une partie importante de la publicité est destinée à infléchir les perceptions sociales, c'est-à-dire la façon dont le fumeur est perçu par les autres, par son habituel groupe de pairs.

Cela étant posé, j'estime que l'aspect esthétique de l'emballage est très important. Bien sûr, je ne minimise pas l'accoutumance amenée par la nicotine, mais j'estime que l'emballage est l'une des principales raisons pour lesquelles les gens commencent à fumer et c'est également l'emballage qui régit l'âge auquel on commence à fumer.

[Text]

Mr. Martin: Professor Pollay, there's no question that teenagers want to have a sense of independence and freedom from authority, self-reliance, and the urge for independence for their symbol. But does this packaging not reflect a fight among tobacco companies to garner a larger share of a market as opposed to expanding the size of the market?

I would also agree with Madam Picard's suggestion. Based on what I know of kids, at the age of 10 or 11 they'll go into a package of their parents' cigarettes, they'll take a few cigarettes and start puffing away on them. They'll do this serially. They haven't a clue what that package means or says.

Isn't the big issue here for kids the very concept of smoking, and should we not address that by having continuing education for children from the ages of 6 to 8 and on through the grade school years?

Prof. Pollay: I certainly have no quarrel with continuing education, but it would take a massive amount of that to counter the promotional exposure you have through advertising. When you grow up in this culture, you constantly and throughout your life see cigarette ads on the corner stores, at the *dépanneurs*, in the television media and on billboards. In contrast, you get educated for a few days at some grade level.

I don't accept your assertion that kids are clueless about brands. Because of all that exposure they develop an early sense of the differences between brands and the social meaning of those brands, in addition to the social meaning of being a cigarette smoker.

In response to the question you raised first about the competition for brand share, I think it is true that individual manufacturers are worried about what they can do to advance their own self-interest, but they collectively act in a way that advances the industry interests.

Each manufacturer makes its product as attractive as possible to young adolescents. When all manufacturers are doing that, it's not surprising that the product category is attractive to young adolescents. The better job they do, the more attractive it is. The better job you do in making it unattractive, the less adolescents will take an interest in it.

Mr. Scott: Were all those advertisements that we saw currently legal?

Prof. Pollay: No. Up until the newspaper clipping that made reference to exploiting the loophole, those ads predated the Tobacco Products Control Act. So those were the established images. The set of racing ads has come out since the Tobacco Products Control Act.

Mr. Scott: So the ads we saw in the first instance are not legal now in any case?

Prof. Pollay: That's correct.

Mr. Scott: I think it should be established that that's not part of this—

[Translation]

M. Martin: M. Pollay, il ne fait aucun doute que les adolescents ont soif d'indépendance, qu'ils veulent se dégager de l'autorité de leurs aînés, qu'ils veulent être autonomes, raison pour laquelle ils veulent afficher les symboles de cette indépendance. Mais la grande variété d'emballages n'est-elle pas la preuve que les compagnies de tabac se livrent un combat pour s'accaparer des parts plus importantes du marché, plutôt que pour étendre celui-ci?

Je partage l'opinion de M^{me} Picard. D'après ce que je sais, quand les gamins ont 10 ou 11 ans, ils se servent dans le paquet d'un parent pour fumer leur première cigarette. Et c'est ce qu'il font régulièrement; ils n'ont aucune idée de ce que peut signifier ce paquet de cigarettes.

Est-ce que ce n'est pas finalement ce qu'il y a de plus important, pour les enfants, le fait de fumer? Ne devrions-nous pas plutôt essayer de régler le problème en intervenant auprès des gamins de six à huit ans, pendant qu'ils sont sur les bancs de l'école?

Prof. Pollay: Je n'ai certainement rien contre le fait qu'on intervienne en milieu scolaire, mais il vous faudrait alors le faire en grand pour contrer les effets d'une exposition à la publicité. Ceux et celles qui grandissent dans notre culture sont sans cesse interpellés par des publicités de cigarettes, chez le dépanneur, à la télévision et sur les panneaux d'affichage. Cela étant, que pèsent quelques jours d'éducation sur le sujet, limités à un seul niveau scolaire.

Je ne suis pas d'accord avec vous quand vous dites que les enfants n'ont aucune notion de ce qu'est l'image d'un produit. Précisément parce qu'ils sont exposés à la publicité, ils parviennent très tôt à différencier les marques et à percevoir leur signification sur le plan social, autre qu'ils sachent ce que veut dire, sur le plan social, le fait d'être fumeur.

Pour en revenir à votre première question au sujet de la concurrence entre les marques, à propos des parts de marché, il est vrai que les fabricants cherchent par tous les moyens à défendre leurs propres intérêts, ce qui ne les empêche pas d'agir de façon collective dans le sens de la promotion des intérêts de toute l'industrie.

Tous les fabricants font des produits qui sont les plus attrayants possible pour les adolescents. Et comme ils font tous la même chose, il n'est pas étonnant que le produit, en général, attire les adolescents. Plus le travail des publicitaires est bien fait, plus le produit est attrayant. Et si vous parvenez à le rendre moins attrayant, alors vous verrez que les adolescents s'y intéresseront moins.

Mr. Scott: Est-ce que toutes les publicités que nous venons de voir sont légales?

Prof. Pollay: Non. Toutes ces publicités ont prédaté la *Loi réglementant les produits du tabac*, ce jusqu'à la parution de l'article de journal sur la façon d'exploiter le faible. Ce sont ces images qu'on nous présentait à l'époque. Les publicités sur la course automobile ont paru après l'adoption de la *Loi réglementant les produits du tabac*.

Mr. Scott: Donc, les publicités que nous avons vues au début seraient aujourd'hui contraires à la loi?

Prof. Pollay: Tout à fait.

Mr. Scott: Précisons tout de suite que cela ne fait pas partie de . . .

[Texte]

[Traduction]

Prof. Pollay: Well, according to what I've heard, the volume of advertising now is running about 50% of what it was then, without any warnings present. So it's not like advertising has disappeared.

Mr. Scott: But the advertisements you showed us have disappeared?

Prof. Pollay: That's correct, but not the memory of them.

Mr. Scott: Okay. If we went with plain packaging, what happens to the flagman's stand that was surrounded with Players ads? What happens to those? Is it your contention that they disappear because there's no longer any connection between that and the pack?

Prof. Pollay: Do you mean, would I predict that they will disappear?

Mr. Scott: Yes, as a marketing historian.

• 1005

Mr. Pollay: I know they would become less efficient. That is, the pay-off for all of that is that when you go into the retail setting and you see the package, it has meaning to you, established by all these communications. So they would become less efficient. I'm not certain whether that would cause their disappearance or cause the industry to redouble their effort in some way, but it would make it less attractive to the industry.

Mr. Scott: I asked the question because it seems to me that we've debated advertising and somehow left out what seems to be a large part of advertising. I'm not certain I understand that. In thinking that it's too bad this wasn't attended to a long time ago so we wouldn't be doing this right now, we may in fact be back here in two years attending to something else.

I'm trying to find out from you, as an expert, whether we are including enough in packaging. If it's the case that signage and motor car racing billboards are connected to packaging, is it enough to deal with packaging, or does one have to go beyond that to not make the same mistake that was obviously made the last time this was dealt with, hence our being back?

Prof. Pollay: I can't speak to the mandate the committee operates under, but in my view we have a social need to control the promotion of this drug. It's clear that all this sponsorship activity is very thinly veiled lifestyle advertising on behalf of the brands, now without any warnings. It's a grievous loophole in the Tobacco Products Control Act, a loophole that is being aggressively exploited. I hope that someday it is closed.

Mr. Scott: But it's not entirely going to be closed by virtue of plain packaging.

Prof. Pollay: No, I think it would not. That would be a very indirect way to go at it. I think a more direct ban of that kind of sponsorship promotion or ads about sponsorships would be required.

Ms Bridgeman: I would like to get back to the packaging in relationship to the ads. I see the ads now. They may have Matinée or Player's or whatever the brand is, but I can also see in that same ad a box that looks exactly the same in each one of

M. Pollay: D'après ce que j'ai cru comprendre, le volume de publicité est de moitié ce qu'il était auparavant, mais ces publicités ne comportent aucun avertissement. Donc, on ne peut pas dire qu'il n'y a plus de publicité.

M. Scott: Mais les publicités que vous nous avez montrées ne paraissent plus?

M. Pollay: Effectivement, mais leur mémoire demeure.

M. Scott: Si l'on adoptait les emballages banalisés, qu'adviendrait-il de la plate-forme du signaleur qui est enveloppé, de publicité Player's? Que ce passerait-il dans ce cas? Estimez-vous que ces publicités disparaîtraient parce qu'on ne pourrait plus établir de lien entre elles et le paquet de cigarettes?

M. Pollay: Vous voulez que je vous prédisse si elles vont disparaître ou non?

M. Scott: Oui, en votre qualité d'historien du marketing.

M. Pollay: Je sais qu'elles deviendraient moins efficaces. En effet, l'intérêt de tout cela c'est que lorsque l'on voit le paquet chez un détaillant, on l'associe à l'image créée par toutes ces communications. Ce serait donc moins efficace. Je ne sais si elles seraient appelées à disparaître ou si les fabricants redoubleraient d'efforts d'une certaine façon, mais ce serait certainement moins attrayant pour l'industrie.

M. Scott: J'ai posé la question parce qu'il me semble que nous avons discuté de la publicité et, je ne sais trop comment, nous en avons négligé une composante essentielle. Je ne comprends pas très bien. Nous sommes en train de nous dire que si nous nous étions occupés de cela il y a longtemps, nous ne serions pas en train d'en discuter maintenant, mais du coup, nous risquons de nous retrouver ici dans deux ans obligés de régler autre chose.

Je voudrais que vous qui êtes experts nous disiez si nous incluons bien tous les éléments voulus dans notre étude de l'emballage. Si les panneaux publicitaires de course automobile et les annonces ont un rapport avec l'emballage, suffit-il de discuter de l'emballage ou faut-il aller plus loin pour être sûr de ne pas refaire la même erreur que la dernière fois que nous avons abordé la question, et qui nous a amenés à nous retrouver ici?

M. Pollay: Je ne sais pas exactement quel est le mandant du Comité, mais d'après moi, c'est une nécessité sociale; nous devons limiter la promotion de cette drogue. Manifestement, toutes ces activités de commandite sont une publicité à peine voilée pour un certain mode de vie dans l'intérêt des marques, sans aucun avertissement. C'est une lacune majeure de la Loi réglementant les produits du tabac, lacune qui est exploitée au maximum. J'espère qu'on la supprimera un jour.

M. Scott: Mais l'emballage banalisé ne va pas suffire à la faire disparaître.

M. Pollay: Non, je ne pense pas. Ce serait agir de façon très indirecte. Il faudrait d'après moi une interdiction plus directe de ce genre de promotion ou d'annonce de commanditaire.

Mme Bridgeman: Je voudrais revenir à la question du rapport entre l'emballage et les annonces publicitaires. Je vois les annonces maintenant. On peut mentionner Matinée ou Player's ou la marque concernée, mais je vois également dans

[Text]

those ads. It just says Matinée or Player's. There's nothing to differentiate between... I can still see the ad going. We may lose the concept of the market share, but we still are advertising smoking. Regardless of whether it's a pink package or a blue package, if it's up there, the lifestyle is still associated with smoking.

Based on that context, other than taking away from market share, I don't see how plain packaging is going to deter smoking when the lifestyle is advertised. You can still have all these great lifestyles associated with smoking—perhaps not a particular brand. I don't see how that's going to relate over.

Prof. Pollay: I think what's involved in all of what I call the "de-marketing" is removing the glamour. All the industry efforts are designed to create an image around the smoking act and the certain brands, to make them symbols of independence or intelligence or health. I think it's appropriate that government say that this is not appropriate. Because this is an addictive, deadly drug, we should be engaged not just in plain packaging, but perhaps in dissuasive packaging. Maybe it's not enough just to have plain packaging. I do think that's at least an appropriate step and will be part of the de-glamourization of the product.

Mrs. Ur: You mentioned that we need to control this drug. We have to realize that this is still a legal product. I think that has to be stressed. We are not dealing with marijuana here; we are dealing with tobacco, which is still deemed a legal product.

As to viewing your slides, I can appreciate what you are trying to put across, but as my colleague stated, those ads are no longer being televised or produced. I really don't feel it is a strong point to put towards plain packaging. It will not address the situation. It's not addressing the situation as to why we should go to plain packaging because you're saying that we're attracting the 8-year-olds, the 10-year-olds and 12-year-olds. Quite possibly they weren't even around when those ads were there, so I can't see how that really made a difference to them making a choice to smoke.

• 1010 •

You said kids develop a liking to a brand share. I can understand that statement. They don't develop a liking to that package. They're not going to stay with that coloured package. They perhaps develop a liking for that particular cigarette, that flavour of cigarette. So that has nothing to do with plain packaging. They want the product inside, not the package.

Prof. Pollay: Okay, I'll respond to each of those.

The old advertising and the corporate documents that support it I think speak eloquently to the industry's intent to target kids and the tactics by which they do that. They do psychological research on the needs of kids and try to create advertising that appeals to those needs and to attract kids by offering the symbol of independence.

[Translation]

toutes ces annonces un paquet qui a toujours l'air d'être le même. On dit simplement Matinée ou Player's mais il n'y a rien pour faire la distinction entre... Je vois encore l'annonce. Nous perdons peut-être la notion de part du marché mais nous continuons à faire de la publicité pour la cigarette. Peu importe que le paquet soit rose ou bleu, s'il est là, on continue à associer le mode de vie à la cigarette.

Dans ces conditions, je ne vois pas comment la banalisation de l'emballage, même si elle contribue à faire disparaître la notion de part du marché, va dissuader les gens de fumer si la publicité continue à cultiver le mode de vie. On va continuer à associer la cigarette—même si ce n'est pas une marque particulière—à tous ces modes de vie extraordinaires. Je ne vois pas comment on pourrait l'éviter.

M. Pollay: Pour parvenir à cette «décommercialisation», si j'ose dire, il faut supprimer l'image de prestige. Tous les efforts visent à donner une certaine image au fait de fumer et à certaines marques, pour en faire des symboles d'indépendance ou d'intelligence ou de santé. D'après moi, le gouvernement doit dire clairement que ce n'est pas le cas. Le tabac est une drogue mortelle, qui entraîne la dépendance, et nous ne devrions peut-être pas nous limiter à la banalisation de l'emballage mais penser plutôt à l'emballage dissuasif. Ce n'est peut-être pas assez de banaliser l'emballage. C'est néanmoins une mesure appropriée qui contribuera à enlever une partie de son prestige au produit.

Mme Ur: Vous avez dit que nous devions limiter l'usage de cette drogue mais nous ne devons pas oublier que c'est un produit légal. Il faut insister sur ce point. Nous ne parlons pas de la marijuana mais bien du tabac, qui est toujours considéré comme un produit légal.

À propos de vos diapositives, je comprends le message que vous cherchez à faire passer, mais comme l'a dit mon collègue, ces annonces ne se font plus ou ne passent plus à la télévision. Je ne pense pas que ce soit un argument en faveur de la banalisation de l'emballage. Cela ne réglera pas la situation. Vous dites que nous attirons les enfants de 8, de 10 et de 12 ans mais ce n'est pas vraiment un argument à utiliser pour justifier la banalisation des emballages. Ils n'étaient peut-être même pas là à l'époque de ces annonces et je ne vois donc pas en quoi elles ont pu les pousser à décider de fumer.

Vous dites que les jeunes se mettent à aimer une marque et je peux le comprendre. Ce n'est pas le paquet qu'ils aiment. Ils ne s'arrêtent pas aux paquets de couleur. Ils se mettent à apprécier une cigarette particulière, le parfum de cette cigarette. Cela n'a donc rien avoir avec l'emballage neutre. C'est le produit qui est à l'intérieur qui les intéresse, pas le paquet.

M. Pollay: D'accord, je vais répondre à chacune de ces observations.

Les anciennes publicités et les documents d'entreprise qui s'y rapportent sont éloquents et montrent bien que les fabricants cherchent à cibler les jeunes et quelles sont les tactiques utilisées pour cela. On a effectué des recherches psychologiques sur les besoins des jeunes et l'on a essayé de créer des publicités qui correspondent à ces besoins et qui attirent les enfants ou les jeunes en proposant un symbole d'indépendance.

[Texte]

It's true that some of those ads are no longer running, but all of the ads about the Player's racing and similar ads I could show about du Maurier sponsorship or Matinée Fashion Foundation or Belvedere rock concerts would show the large volume of continuing advertising on behalf of cigarette brands. So advertising is an ongoing phenomenon.

I disagree with respect to the role of packaging, and the corporate documents themselves do as well. They talk about the fact that without the packaging, without this brand-image-based advertising, most smokers find the products virtually indistinguishable. That is, they would correctly perceive this is virtually a generic category of product and the differences between products are subtle indeed and that the packaging, therefore, is very important in driving the perceptions of the product.

You heard a quote earlier from Mr. Brown of Imperial Tobacco specifically to that point, and that's also reiterated in my document.

Mrs. Ur: I feel probably the best advertisement is having all these meetings and constantly putting it in front of the media, in front of the youth, not the fact that the bright colours are out there. It's this constant reminder of smoking. We are providing the best form of advertisement.

Prof. Pollay: I understand your point, that we continue to bring attention to the topic, but the amount of reach and the nature of the exposure that's generated by this sort of meeting I think you'd find very small compared to the amount of reach and exposure that's generated by sporting events, for example.

Mrs. Ur: Thank you.

Mr. Martin: Professor Pollay, one quick question.

Has anyone looked at what brand cigarettes children began smoking, brand or brands, and what they ultimately wound up smoking as teenagers or adults?

Prof. Pollay: Yes, it is these symbols of independence that attract adolescents.

Mr. Martin: No, what brand? What I'm saying is, what brand or brands, say, whether it's Player's or Matinée...

Prof. Pollay: Yes, Player's and Export would be dominant starter brands in Canada; Marlboro and Virginia Slims in the U.S. That is, these symbols of independence do attract adolescents.

Mr. Martin: Perhaps I should reword my question. What I'm asking for is, when children start smoking, do they go from brand to brand indiscriminately or do they stick with one brand and that is the ultimate brand they wind up smoking as a teenager or adult? Do you know of any studies that have researched that?

Prof. Pollay: Yes, of all product categories known in marketing, cigarettes have the highest level of brand loyalty; that is, the lowest rate of brand switching. So that's the reason for the strategic importance of attracting kids because if you get kids started on your brand, say Player's, they are very likely to stay with that brand for the bulk of their smoking career.

[Traduction]

Il est vrai que certaines des ces annonces ne passent plus mais toutes les annonces sur les courses de Player's et des annonces de semblables que je pourrais vous faire voir sur les commandites de du Maurier ou la Matinée Fashion Foundation ou les concerts de rock Belvedere montrent bien que l'on continue à faire un très grand volume de publicité pour les marques de cigarettes. La publicité est loin d'avoir cessé.

Je ne suis pas d'accord en ce qui concerne le rôle de l'emballage et les documents corporatifs le confirment également. On peut y lire que sans l'emballage, sans la publicité liée à l'image de marque, la plupart des fumeurs ont beaucoup de difficulté à faire la distinction entre les différents produits. Ils comprennent effectivement que c'est pratiquement une catégorie générique de produits et les différences entre produits étant très subtiles, l'emballage est donc essentiel pour influer sur la perception du produit.

On vous a cité tout à l'heure une parole de M. Brown de Imperial Tobacco qui porte précisément sur ce sujet et c'est également repris dans mon document.

Mme Ur: Je crois que la meilleure publicité c'est toutes ces réunions qui attirent sur le tabac l'attention des médias, l'attention des jeunes, et pas les couleurs vives des paquets. Nous rappelons constamment l'existence de la cigarette. C'est nous qui faisons la meilleure publicité.

Prof. Pollay: Je comprends ce que vous voulez dire, et il est vrai que nous continuons à attirer l'attention sur le sujet mais ces réunions sont loin d'être aussi diffusées et d'attirer autant l'attention que des manifestations sportives, par exemple.

Mme Ur: Merci.

Mr. Martin: Une petite question, monsieur Pollay.

A-t-on fait des études pour savoir quelle marque ou quelles marques les enfants fumaient pour commencer et celle qu'ils finissaient par utiliser ensuite à l'adolescence ou à l'âge adulte?

Prof. Pollay: Oui, ce sont les symboles d'indépendance qui attirent les adolescents.

Mr. Martin: Non, quelle marque? Je veux savoir quelles sont les marques concernées, Player's ou Matinée...

Prof. Pollay: Oui, les marques les plus utilisées par ceux qui commencent à fumer au Canada seraient les Player's et les Export; ce serait Marlboro et Virginia Slims aux États-Unis. Ce sont ces symboles d'indépendance qui attirent les adolescents.

Mr. Martin: Je devrais peut-être présenter ma question autrement. Lorsque les enfants commencent à fumer, passent-ils indifféremment d'une marque à l'autre ou s'en tiennent-ils à une seule marque qui est celle qu'ils fument encore ensuite arrivés à l'adolescence ou à l'âge adulte? Savez-vous si des études ont été faites sur ce sujet?

Prof. Pollay: Oui, de toutes les catégories de produits connus en marketing, c'est aux cigarettes que l'on est le plus fidèle; c'est le domaine où l'on change le moins de marque. C'est pour cette raison qu'il est essentiel sur le plan stratégique d'attirer les enfants parce que s'ils commencent à fumer des Player's, mettons, il y a de grandes chances qu'ils restent fidèles à cette marque pendant toute leur carrière de fumeur.

[Text]

They may switch within what's called a brand family. They may switch from Player's Regular to Player's Light or Player's Mild or Player's Extra Light—that is, stay within the brand—but they will be loyal and stay with a particular brand.

Mr. Martin: So there are studies that show that if children start smoking Player's, they'll stick with Player's.

Prof. Pollay: Yes, that's the general tendency. The vast majority of smokers of all ages are highly loyal to their brands.

Mr. Martin: But I'm talking about children smoking, specifically children, because that's our primary focus that we're looking at trying to deter.

Prof. Pollay: That's my understanding, yes.

Mr. Martin: Are there any studies that show that?

[Translation]

Ils peuvent changer dans les limites de ce qu'on appelle une famille de marques, c'est-à-dire qu'ils peuvent passer des cigarettes Player's régulières à des légères ou des douces à des extra-douces—c'est-à-dire, dans la même famille—mais ils resteront fidèles à une marque particulière.

Mr. Martin: Il y a donc des études montrant que si des enfants commencent à fumer avec des Player's, ils vont rester fidèles à la marque.

Prof. Pollay: Oui, c'est la tendance générale. La grande majorité des fumeurs de tous les âges sont très fidèles à leur marque.

Mr. Martin: Mais je parle des enfants qui commencent à fumer, des enfants en particulier, parce que ce sont eux que nous voulons surtout dissuader de fumer.

Prof. Pollay: Oui, c'est ce que j'ai cru comprendre.

Mr. Martin: Y a-t-il des études qui démontrent cela?

• 1015

Prof. Pollay: Not that I recall, because the corporate documents, for understandable reasons, don't have detailed information about the smoking behaviour of 13 and 14-year olds.

Mr. Martin: So nobody outside of the corporations have looked at it. It would seem to be a relatively easy study to look at, and one that would be quite intriguing as to its results.

Prof. Pollay: I don't know of any such study, but I've no reason to believe that children are any more fickle about their brands than any other smoker group.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I want to ask you one last question, if I may. You indicated, and I'm intrigued, that corporate documents from tobacco companies indicate that there has been a deliberate plan to recruit adolescents. Would you go as far as to suggest that they have been conspiring to violate laws, where they exist, that prohibit the sale of cigarettes to adolescents?

Prof. Pollay: It's my understanding that the laws regarding the sale are laws that apply to the retail sector. I would not say that, but I do think that the design and implementation of their advertising and marketing programs are purposely done so as to maximize the appeal these products have to an adolescent audience.

M. Patry (Pierrefonds—Dollard): Professeur Pollay, nous nous intéressons beaucoup aux nouveaux fumeurs et aux très jeunes fumeurs. J'aimerais élaborer sur la question de M. Martin. Avez-vous des statistiques sur les ventes de cigarettes aux jeunes par les compagnies ou par une compagnie par rapport aux autres compagnies, afin qu'on puisse voir l'effet concret sur les jeunes des publicités que vous nous avez montrées? C'est cela qu'on voudrait savoir exactement. Avez-vous des statistiques là-dessus? Vous avez dit que les jeunes étaient fidèles à leur marque. S'ils sont fidèles à leur marque, pourquoi fait-on toutes ces publicités?

Vous avez parlé d'aventure, d'indépendance, d'autonomie, d'exubérance. Vous avez parlé du projet Sting. Est-ce qu'il y a des statistiques qui prouvent cela? Est-ce que les compagnies vous donnent ces statistiques-là?

Prof. Pollay: Autant que je m'en souvienne, non, parce que les documents des sociétés n'ont pas, c'est bien compréhensible, de renseignements détaillés sur le comportement des enfants de 13 et 14 ans en matière de tabac.

Mr. Martin: Ainsi personne n'a étudié la question en dehors des grandes compagnies de tabac. Il semble que ce soit un sujet relativement facile à étudier et les résultats seraient éminemment intéressants.

Prof. Pollay: Je ne sais pas s'il y a eu des études de ce genre mais je ne vois pas vraiment pourquoi les enfants seraient plus volages à l'égard de leur marque que les autres groupes de fumeurs.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je voudrais vous poser une dernière question, si je le puis. Vous avez dit, et je suis curieux, que les documents d'entreprise des compagnies de tabac font apparaître l'existence d'un plan délibéré visant à recruter des adolescents.riez-vous jusqu'à dire que l'on a en quelque sorte conspiré pour enfreindre les lois interdisant la vente de cigarettes aux adolescents?

Prof. Pollay: Je crois que les lois concernant la vente s'appliquent au secteur du détail. Je n'irais pas jusque-là mais je pense que les campagnes de publicité et les programmes de commercialisation sont conçus et lancés de façon à rendre les produits le plus attrayant possible pour un public adolescent.

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): Professor Pollay, we are very interested in new smokers and very young smokers. I would like to elaborate on Mr. Martin's question. Do you have statistics on cigarette sales to young people by companies or by one company as compared to others, in order to see the concrete impact on youth of the ads you showed us? This is precisely what we would like to know. Do you have any statistics on that? You indicated that young people were loyal to their brands. If they're that loyal to their brands, why all this advertising?

You spoke about adventure, independence, autonomy, exuberance. You talked about the Sting project. Are there any statistics on that? Do the companies give you these statistics?

[Texte]**[Traduction]**

Prof. Pollay: I do believe companies could provide you with a large number of relevant figures. There were some figures I saw in the corporate documents I reviewed. I reviewed some 16 boxes of corporate documents for the trial, but only those that were entered into testimony are still in the public domain. The rest had to be returned. So I do not have access to those.

In answer to your question about the continuation of the advertising campaign, it's because these brand images need that kind of constant repetition and reinforcement as a reassurance to existing smokers.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I thank you for your presentation, Dr. Pollay.

I would like to call the next witness, the Canadian Medical Association. I would like to welcome Dr. Kennedy and Dr. Guzman to our hearing.

Could you please proceed, Dr. Kennedy.

Dr. Richard Kennedy (President, Canadian Medical Association): Thank you, Mr. Chairman, members of the committee. The Canadian Medical Association is grateful for the opportunity to address members of this committee on such an important health issue as the plain packaging of tobacco products.

Accompanying me this morning is Dr. Carole Guzman from Ottawa, a respirologist. She's the associate secretary-general of the CMA and former president of the CMA. My name is Richard Kennedy. I'm a respirologist from Calgary and I'm currently president of the CMA.

Nous comparaissons devant vous à titre de porte-parole de nos patients et pour que soient prévenus la maladie, l'invalidité et les décès prématuress attribuables à l'accoutumance au tabac.

Notre message se résume comme suit: Le tabagisme est une habitude qui tue les gens et paralyse notre système de santé.

Cigarette smoking is the leading cause of preventable death and disease in Canada and accounts for almost 40,000 deaths annually. The CMA is particularly concerned about the influence of tobacco products on Canadian youth. The majority of smokers are addicted to tobacco before they reach adulthood. It is therefore obvious our efforts must concentrate on reaching our youth. Despite denial by the tobacco industry, nicotine is strongly addictive. Major health bodies have recognized this for many years. Physicians see this in their offices every day and in institute counselling every day for the problem.

The cost implications of tobacco addiction to the nation are staggering. The cost estimate of the impact of lung cancer alone on the Canadian health care system is \$300 million. This does not include societal costs such as loss of quality of life or productivity. Equally large costs are incurred by other tobacco-induced diseases such as emphysema, heart disease, chronic bronchitis, other cancers and the effects of smoke on other illnesses such as asthma and infections in young children.

M. Pollay: Je pense que les compagnies donnent de grandes quantités de chiffres. Il y en avait quelques-uns dans les documents d'entreprise que j'ai examinés. J'ai regardé environ 16 boîtes de documents pour les procès mais seuls ceux qui ont été présentés dans le cadre des témoignages sont toujours du domaine public. Il a fallu rendre les autres et je n'y ai donc pas accès.

Pour répondre à votre question sur la poursuite de la campagne publicitaire, c'est parce qu'il faut continuellement répéter et renforcer ces images de marque pour rassurer les fumeurs existants.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je vous remercie de votre exposé, monsieur Pollay.

Nous allons passer au témoin suivant, qui représente l'Association médicale canadienne. Je voudrais souhaiter la bienvenue à notre audience, au docteur Kennedy et au docteur Guzman.

Vous pouvez commencer, docteur Kennedy.

Dr Richard Kennedy (président, Association médicale canadienne): Merci, monsieur le président, et mesdames messieurs les membres du Comité. L'Association médicale canadienne est heureuse d'avoir l'occasion de s'adresser aux membres du Comité sur une question de santé aussi importante que la banalisation des produits du tabac.

Je suis accompagné ce matin du Dr Carole Guzman d'Ottawa, spécialiste des troubles respiratoires, secrétaire-générale associée de l'AMC et ancienne présidente de l'AMC. Je suis le Dr Richard Kennedy, spécialiste des troubles respiratoires travaillant à Calgary et actuellement président de l'AMC.

We appear before you as advocates for our patients and in the interest of preventing disease, disability and premature death caused by addiction to tobacco.

Our message can be summarized as follows: Smoking is an addiction that kills people and cripples our health care system.

L'usage de la cigarette est la cause première des décès et des maladies évitables au Canada et on peut lui attribuer près de 40 000 décès annuellement. L'AMC s'inquiète particulièrement de l'influence des produits du tabac sur la jeunesse canadienne. La majorité des fumeurs s'accoutument au tabac avant de devenir adultes. Il va de soi, par conséquent, que nos efforts doivent porter avant tout sur la jeunesse. Malgré les dénégations de l'industrie du tabac, la nicotine produit une forte dépendance. De grands organismes de santé le reconnaissent depuis de nombreuses années. Les médecins les voient dans leurs cabinets tous les jours et le problème est évoqué tous les jours dans les services de counselling en établissement.

• 1020

Les répercussions de l'accoutumance au tabac sur les coûts pour le Canada sont alarmantes. On estime que le cancer du poumon coûte à lui seul 300 millions de dollars au système canadien de santé. Et on ne parle pas ici des coûts pour la société tels que la perte de qualité de vie ou de productivité. Les coûts sont aussi énormes pour d'autres maladies provoquées par le tabac, comme l'emphysème, les maladies coronariennes, la bronchite chronique, d'autres cancers et les effets du tabac sur d'autres maladies comme l'asthme et les infections chez les jeunes enfants.

*[Text]**[Translation]*

Packaging is advertising. The aim of tobacco product advertising is to induce people to smoke. The CMA stated in 1986 that plain packaging of tobacco products should be a critical part of any comprehensive plan to reduce tobacco consumption in Canada. We, as physicians, are not marketing experts. However, we do understand packaging is part and parcel of advertising. Growing evidence suggests advertising does influence consumption, particularly in teenagers. When Chrysler put out their new cab-forward cars, they intended to sell cars. The fact they were successful and gained market share was a secondary effect. The same is true of tobacco advertising.

In arriving at its decision the committee must wrestle with the issue of burden of proof. How much evidence is needed in order to act? In the health field, scientific evidence is gathered bit by bit until the weight of accumulated evidence allows a reasoned judgment as to when to act. One frequently acts with a lesser degree of proof when the public health problem is serious.

When the old British ships went across the China seas, sailors died because of infection. When they started bathing in the ships, they didn't know why this made a difference but actually it stopped the spread of disease. So they didn't have very much evidence but the sailors survived.

The precise effects of plain packaging of tobacco products can be determined only by actually implementing plain packaging. The CMA therefore recommends that as one component, only one component, of a multi-faceted strategy to control smoking, the Government of Canada enact legislation to make plain packaging of all tobacco products mandatory. A multiple approach is needed to achieve a smoke-free Canada, and the federal government must act to ensure success in this regard.

In view of the overwhelming human costs in terms of suffering and death and the significant cost to and great strain on our health care system, the CMA believes the federal government must act in a courageous and innovative manner. This is not the time to shy away from tough decisions.

The federal government made a tough choice when it came to smuggling of cigarettes. You can make a tough choice at this point too. The tobacco lobby will never be satisfied that evidence shows how deadly its products are when used precisely as intended. This is understandable given the fact the very future of the tobacco industry is at stake.

To conclude, Mr. Chairman, I remind the committee once again that I speak as a specialist in respirology and diseases of the lung. I see cases of tobacco illness and tobacco death every day in my office. Smoking is the leading cause of preventable disease and death in our country. We must do everything humanly possible to stop it. Until tobacco product taxes are reintroduced, every method to reduce promotion in advertising becomes legitimate and necessary.

L'emballage constitue de la publicité et le but de la publicité sur les produits du tabac est d'inciter les gens à fumer. L'AMC a affirmé en 1986 que la banalisation des produits du tabac devrait être un élément critique de tout plan global visant à réduire la consommation de tabac au Canada. Nous, médecins, ne sommes pas des experts en marketing. Nous savons toutefois que l'emballage fait partie intégrante de la publicité. Il existe de plus en plus de preuves que la publicité influence la consommation, surtout chez les adolescents. Lorsque Chrysler a sorti ses nouvelles voitures à cabine avancée, c'était pour vendre des voitures. Le fait qu'ils aient réussi et qu'ils aient gagné une part de marché a été un effet secondaire. Il en va de même pour la publicité pour le tabac.

Pour en arriver à une décision, le Comité doit débattre de la question du fardeau de la preuve. Jusqu'à quel point faut-il des preuves avant d'agir? Dans le domaine de la santé, les preuves scientifiques sont recueillies peu à peu jusqu'à ce que le poids des preuves accumulées permette de porter un jugement raisonnable sur le moment d'agir. Si un problème est sérieux, on intervient fréquemment même si les preuves sont moindres.

À l'époque où les navires britanniques voguaient jusqu'en Mer de Chine, les marins mouraient d'infections. Lorsqu'ils ont commencé à prendre des bains à bord, ils ne savaient pas pourquoi la situation s'améliorait, mais ils ont constaté que cela évitait la propagation de la maladie. Ils n'avaient donc pas beaucoup de preuves mais les marins ont survécu.

Les effets précis de la banalisation des produits du tabac ne pourront être déterminés qu'après la mise en oeuvre d'une telle mesure. L'AMC recommande par conséquent que, à titre d'élément d'une stratégie en plusieurs volets visant à lutter contre l'épidémie du tabagisme, le gouvernement du Canada adopte des mesures législatives visant à rendre obligatoire la banalisation de tous les produits du tabac. Une approche en plusieurs volets est nécessaire pour en arriver à un Canada sans fumée et le gouvernement fédéral doit agir pour obtenir des résultats à cet égard.

L'AMC est d'avis qu'étant donné les coûts humains effarants engendrés par la souffrance et les décès, les coûts élevés subis par notre système de santé et la pression extrême exercée sur celui-ci, le gouvernement fédéral doit agir d'une manière courageuse et innovatrice. Ce n'est pas le moment de se dérober devant des choix difficiles.

Le gouvernement fédéral a fait un choix difficile à propos de la contrebande de cigarettes. Il est possible de faire un choix difficile ici aussi. Le lobby pro-tabac ne sera jamais convaincu par les preuves montrant à quel point ces produits sont mortels lorsqu'ils sont utilisés précisément comme prévu. C'est compréhensible étant donné que l'avenir-même de l'industrie du tabac est en jeu.

Pour conclure, monsieur le président, je rappelle encore une fois au Comité que je parle en tant que spécialiste des troubles respiratoires et des maladies du poumon. Je vois des maladies et des décès liés au tabac tous les jours dans mon bureau. Le tabagisme est la cause première des maladies et des décès évitables au Canada. Nous devons faire tout ce qui est humainement possible pour y mettre fin. En attendant que les produits du tabac soient à nouveau taxés, il est légitime et nécessaire de prendre tous les moyens possibles pour réduire la promotion par la publicité.

[Texte]

Thank you, Mr. Chairman. Dr. Guzman and I are here to answer your questions.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you so much for the presentation.

[Traduction]

Merci, monsieur le président. Le docteur Guzman et moi-même serons heureux de répondre à vos questions.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci infiniment de votre exposé.

• 1025

M. de Savoye (Portneuf): Monsieur Kennedy, vous dites dans votre rapport:

La banalisation des produits de tabac constituerait une étape importante en vue de réduire le nombre croissant de jeunes Canadiens et Canadiennes qui, dès le début de leur vie adulte, sont déjà accoutumés à la cigarette.

Plusieurs personnes nous ont tenu des propos semblables. Par ailleurs, d'autres personnes nous signalent que les jeunes—cela a été mentionné plus tôt ce matin et c'est pour cela que je reviens à la charge—achètent leurs cigarettes à l'unité, cela indépendamment de la marque ou du paquet. Cela dépend de ce que le dépanneur a à offrir cette journée-là.

Sur quels faits scientifiques basez-vous votre affirmation?

Dr. Kennedy: We don't have a great deal of scientific basis for what we say, but, as I said, we're not experts in marketing.

We see this as one aspect of a multi-promotion campaign against smoking. The very important aspects of the campaign are what we do in our offices with the counselling of patients. When we see children and teenagers, we ask whether they smoke and we give them the education and as much information as we can to stop them from smoking.

I think any small step we take in this campaign is important. If we change packaging to make it less attractive—and we heard from the previous speaker brand loyalty is very high—if it can reduce brand loyalty or, better still, prevent smoking, that is the answer.

Obviously the taxes on cigarettes were very effective and there are statistics to show that. If this government had the courage to reintroduce taxes on cigarettes, it would be the best thing to do.

M. de Savoye: En ce qui concerne la taxation, il faut bien comprendre qu'au Québec, la consommation de cigarettes avait augmenté d'une façon draconienne avec la contrebande. On avait donc un grave problème de santé que le reste du Canada n'avait peut-être pas reconnu.

Mais revenons à vos propos. Vous dites que vous rencontrez des jeunes et que vous renseignez ces jeunes sur les dangers de la cigarette lorsque vous avez à intervenir médicalement. Je vous demande votre opinion en tant que médecin, à partir de l'information et de l'expérience que vous avez. Si le gouvernement fédéral avait 10 millions de dollars à consacrer à une campagne visant à diminuer la consommation de tabac, est-ce que ces 10 millions de dollars devraient être investis pour assurer la banalisation de l'emballage ou pour l'éducation? Si cela devait être l'un ou l'autre, quel serait votre choix?

Mr. de Savoye (Portneuf): Dr. Kennedy, you say in your report:

The introduction of plain packaging of tobacco products would constitute one significant step towards stemming the growing numbers of young Canadians who begin their adult lives addicted to cigarettes.

We heard similar comments from several people. On the other hand, some people tell us that teenagers—this was mentioned earlier this morning and this is why I'm coming back to it—buy their cigarettes one by one, whatever the brand or the package. It depends on what the corner store has available on that day.

What is the scientific basis for your statement?

Dr Kennedy: Nos commentaires ne s'appuient pas vraiment sur une base scientifique, mais, comme je l'ai dit, nous ne sommes pas experts en marketing.

Nous voyons cela comme l'un des éléments d'une campagne à plusieurs volets contre le tabac. Les éléments essentiels de la campagne sont les conseils que nous donnons aux patients dans nos bureaux. Quand nous voyons des enfants et des adolescents, nous leur demandons s'ils fument et nous essayons de les informer et de leur donner tous les renseignements possibles pour les convaincre d'arrêter de fumer.

Chacune des petites étapes est importante dans cette campagne. Si l'on modifie les paquets pour les rendre moins attrayants, et le témoin précédent vient de nous dire que les fumeurs étaient très fidèles à leur marque—si cela peut contribuer à rendre les fumeurs moins fidèles ou, mieux encore, à les empêcher de fumer, c'est la réponse.

Les taxes sur les cigarettes ont été très efficaces manifestement et il y a des chiffres pour le prouver. Si ce gouvernement avait le courage d'instituer à nouveau des taxes sur les cigarettes, ce serait la meilleure chose à faire.

Mr. de Savoye: With respect to taxation, you must understand that in Quebec, tobacco consumption had dramatically increased with smuggling. So we had a serious health problem that the rest of Canada had not necessarily recognized.

But let's come back to your comments. You mentioned that you try to educate young people on the dangers of cigarette smoking when you see them for medical reasons. I want to know your opinion as a medical practitioner, according to your information and experience. If the federal government had 10 million dollars to invest in a campaign to reduce tobacco consumption, should these 10 million dollars be spent on plain packaging or on education? If it had to be one or the other, what would be your choice?

[Text]

Dr Kennedy: Mon premier choix serait de consacrer l'argent à un programme d'éducation, mais je ne crois pas que cela coûterait 10 millions de dollars au gouvernement fédéral. Le coût de l'emballage neutre serait assumé par les imprimeurs et les compagnies de tabac. Eux ont 10 millions de dollars à dépenser pour cela.

M. de Savoie: Je vous remercie.

Mr. Martin: In my clinical experience—and it is subjective, of course, because it's only mine—brand loyalty is extremely important in adults. There's no question about that. But as to brand loyalty in children when they initially start to smoke, how important is it in both of your clinical experiences, and what are the two single most important things we can do in this country to diminish tobacco consumption in children?

Dr. Carole Guzman (Associate Secretary General, Canadian Medical Association): With respect to your first question, as a clinician one doesn't examine the brand loyalty of one's patients; one tries to get them to stop smoking. Quite honestly I've never examined that particular aspect of any patients who have come to me. You'll inquire about the amount of nicotine in the cigarette they're smoking because that does affect the strategy you use in trying to help them stop smoking.

[Translation]

Dr. Kennedy: My first choice would be to spend the money on an education program, but I don't think it would cost the federal government 10 million dollars. The cost of plain packaging would be supported by printing companies and tobacco companies. They have 10 million dollars to spend on that.

Mr. de Savoie: Thank you very much.

Mr. Martin: D'après mon expérience clinique—and c'est subjectif, bien sûr, puisqu'il ne s'agit que de moi—la fidélité à la marque est extrêmement importante chez les adultes. C'est indéniable. Mais pour ce qui est des enfants qui commencent à fumer, croyez-vous d'après votre expérience à tous les deux que la fidélité à la marque soit véritablement importante, et quelles sont les deux mesures les plus importantes que nous puissions prendre pour réduire la consommation de tabac chez les enfants?

Dr Carole Guzman (secrétaire générale associée, Association médicale canadienne): Je dirais en réponse à votre première question que les cliniciens ne s'interrogent pas sur la fidélité à une marque de leurs patients; ils essaient de les convaincre d'arrêter de fumer. Très franchement, je n'ai jamais posé ce genre de questions aux patients qui sont venus me voir. Nous leur demandons la teneur en nicotine des cigarettes qu'ils fument parce que cela peut avoir une influence sur la stratégie que l'on utilise pour essayer de les faire arrêter de fumer.

• 1030

With respect to your second question, I think it's fallacious, both in the previous question and your own question, to talk about which track to take in this effort. It has to be a multi-pronged approach. It's not a question of doing this or this or this. We must do everything we can to stop this horrendous assault on and cost to the health of the nation.

Plain packaging is one of the many steps. We have to increase our education. We have to increase our research to understand why young people start smoking. We don't really understand that. It's human behaviour. We don't understand why young people take risks. Why do they drive fast? It's a risk behaviour. Behavioural research doesn't give us those answers yet.

Quant à votre deuxième question, je crois qu'il est fallacieux, aussi bien dans la question précédente que dans votre propre question, de parler de la meilleure voie à suivre. Il faut absolument adopter une approche multiple. Il ne s'agit pas de faire ceci ou cela. Nous devons faire tout ce qu'il est possible de faire pour mettre fin à ce fléau qui représente une terrible menace et un coût énorme pour la santé du pays.

La banalisation de l'emballage n'est qu'une mesure parmi beaucoup d'autres. Nous devons intensifier l'éducation. Nous devons multiplier les recherches pour savoir pourquoi les jeunes commencent à fumer. C'est un phénomène que nous ne comprenons pas parfaitement. C'est du domaine du comportement humain et nous ne comprenons pas pourquoi les jeunes prennent des risques. Pourquoi conduisent-ils vite? C'est un comportement de risque. La recherche sur le comportement ne nous a pas encore donné ces réponses.

Mr. Martin: Je ne crois pas que nous puissions changer quoi que ce soit à cela parce que c'est un phénomène traditionnellement propre à l'adolescence.

Dr Guzman: Je crois néanmoins qu'il faut faire de nouvelles recherches pour essayer de comprendre.

Mr. Martin: C'est vrai. Mais nous sommes à une époque où chacun doit se serrer la ceinture et nous devons établir des priorités. C'est pourquoi je vous ai demandé quels étaient pour vous les deux éléments les plus importants.

Dr Guzman: Je pense que la banalisation de l'emballage ne coûterait pas grand-chose au gouvernement, en dehors des poursuites judiciaires que l'industrie du tabac menace d'entreprendre, ce qui montrerait peut-être encore plus que l'on est sur la bonne voie en fait. Quel coût cela représenterait-il pour le gouvernement?

Mr. Martin: I don't think we're going to change that, because that's a time-honoured tradition in adolescence.

Dr. Guzman: I think we need more research to understand it, though.

Mr. Martin: That is true. But I think that in these days of fiscal belt tightening, we have to prioritize our efforts. That's why I asked what either of you feel are the two most important things.

Dr. Guzman: I think plain packaging would cost the government very little other than the threatened lawsuits from the tobacco industry, which would perhaps be even more evidence that in fact you're on the right track. What would it cost the government to do it?

[Texte]

Look at the risk–benefit ratio. The risk to government is only in the threat of lawsuits. The public is behind you. We have evidence that the public would support it. It wouldn't be a thing that would cost a lot of money to do. There would be some shifting in the job market, we understand, but there are precedents where this hasn't been a major issue.

Let's look at similar one—the seatbelt.

Mr. Martin: Let me ask a leading question, if I may. Would you not think that cost and education are the two most important factors in decreasing consumption among children?

Dr. Guzman: To raise the cost of cigarettes is not going to cost the government a lot of money. It's going to bring in revenue, is it not?

Mr. Martin: What I said was, in terms of our endeavours, do you not think the two most important factors in decreasing consumption among children are cost and education.

Dr. Guzman: They are very important. Whether they are the two—I'm just unwilling to say that there are only two and that we're going to have to rank them. I think we need a multi-pronged approach, and it includes education, cost, and plain packaging. But it also includes helping those who are already on cigarettes get off them; smoking cessation efforts. It's not a single thing or a choice thing.

Mr. Martin: Getting back to my original question of brand loyalty among children, do you see them consuming one type of cigarette and then going on to that as an adult, or do you see them experimenting with various types because of the whole aura around cigarette smoking?

Dr. Guzman: I've given you my experience in which I am not really—I don't have the knowledge to answer that.

Mr. Martin: That's what my clinical experience is, that they take whatever they can when they're 10 years old. They don't really care.

Dr. Kennedy: That's probably my clinical experience, too, but they tend to go by one brand when they're in their teens or into adulthood. When they're young and they can steal, beg, and borrow, then they'll take whatever they can get. But that's when they get addicted.

Mr. Martin: Exactly.

Dr. Kennedy: Addiction is a terrible problem.

Mr. Martin: So they're flitting from one to the other when they get addicted.

Dr. Kennedy: Yes.

Mr. Martin: That's exactly what I think. Thank you.

Mr. Szabo: Dr. Kennedy and Dr. Guzman, thank you. You're doing exactly what I expect the CMA to do, to continue to support multi-pronged initiatives every time they come up. I don't think anybody will disagree that plain-paper packaging is not likely to induce more smokers, but it may reduce the number of new smokers. Proof and justification of the impacts are really what people are looking for, because we've been told there will be impacts potentially in the printing industry and other ancillary or related areas.

[Traduction]

Pensez aux rapports risques–bénéfices. Le seul risque pour le gouvernement, c'est la menace de poursuites judiciaires. Le public est derrière vous. Nous savons que le public serait favorable à cette mesure. Ce ne serait pas très coûteux à réaliser. Il pourrait y avoir de petits ajustements sur le marché du travail, mais il existe des précédents montrant que ce n'est pas un problème majeur.

Prenons un cas analogue—celui des ceintures de sécurité.

M. Martin: Je voudrais vous poser une question déterminante, si je le puis. Ne croyez-vous pas que le coût et l'éducation sont les deux facteurs les plus importants pour réduire la consommation chez les enfants?

Dr Guzman: L'augmentation du coût des cigarettes ne devrait pas coûter très cher au gouvernement et devrait plutôt rapporter des recettes, n'est-ce pas?

M. Martin: En fait, d'après votre expérience, ne croyez-vous pas que les deux facteurs les plus importants pour réduire la consommation chez les enfants sont le coût et l'éducation.

Dr Guzman: Ils sont très importants. Quant à savoir si ce sont les deux—je ne veux pas dire qu'il n'y en que deux et qu'il faudra les classer. Je maintiens qu'il faut une approche multiple qui comprenne à la fois l'éducation, le coût et la banalisation de l'emballage. Mais il faut aussi aider ceux qui fument déjà à arrêter de fumer, intensifier les efforts à ce niveau. Il n'y a pas d'élément unique ou de mesure de choix.

M. Martin: Pour en revenir à ma première question sur la fidélité aux marques chez les enfants, pensez-vous que les enfants fument une marque donnée qu'ils conservent ensuite à l'âge adulte, ou plutôt qu'ils font des expériences avec différents types de cigarettes à cause de l'image qui y est associée?

Dr Guzman: Je vous ai dit qu'en fait je n'avais pas vraiment d'expérience en la matière—je n'ai pas les connaissances voulues pour répondre à cela.

M. Martin: D'après mon expérience clinique, ils prennent tout ce qu'ils trouvent quand ils ont dix ans. Cela n'a pas vraiment d'importance.

Dr Kennedy: C'est sans doute ce que je vois aussi dans mon travail clinique, mais ils ont tendance à s'en tenir à une marque lorsqu'ils arrivent à l'adolescence ou à l'âge adulte. Lorsqu'ils sont jeunes, ils peuvent voler, supplier et emprunter, ils vont prendre n'importe quoi. Et c'est là qu'ils deviennent dépendants.

M. Martin: Exactement.

Dr Kennedy: La dépendance est un problème terrible.

M. Martin: Ils passent donc d'une marque à l'autre au moment où ils deviennent dépendants.

Dr Kennedy: Oui.

M. Martin: C'est exactement ce que je pensais. Je vous remercie.

M. Szabo: Docteur Kennedy et docteur Guzman, je vous remercie. Vous faites exactement ce que j'attendais de l'AMC, en ce sens que vous continuez à appuyer les initiatives polyvalentes chaque fois qu'elles se présentent. Tout le monde admet, je crois, que les emballages neutres ne vont pas inciter plus de gens à fumer, mais ils pourraient réduire le nombre de nouveaux fumeurs. Les gens veulent en fait des preuves et une justification des répercussions parce qu'on nous a dit qu'il pourrait y en avoir dans le secteur de l'imprimerie et dans d'autres secteurs connexes ou subsidiaires.

[Text]

Dr. Guzman, because you've specifically emphasized continued approaches on many fronts to deal with this, I wanted to ask you whether you are familiar with the program of the College of Family Physicians in Ontario called ARIA?

Dr. Guzman: No I'm not.

Mr. Szabo: It's ARIA. It stands for Alcohol Risk Assessment and Intervention.

Dr. Guzman: This is their new program.

Mr. Szabo: That's right. We just kicked it off. As a matter of fact, it's among the Brewers Association of Canada, the College of Family Physicians, and Health Canada. The approach is to train physicians to identify the indicators of potential alcohol risk problems and to introduce a line of questioning, examination, etc., that will help specifically to intervene, and try to do that education.

[Translation]

Docteur Guzman, vous avez toujours recommandé des campagnes soutenues sur plusieurs fronts à la fois pour attaquer ce problème, et je voulais savoir si vous avez déjà entendu parler d'un programme du Collège des médecins de famille en Ontario appelé ARIA?

Dr Guzman: Non.

M. Szabo: C'est le programme ARIA, ce qui correspond à Alcohol Risk Assessment and Intervention.

Dr Guzman: C'est le nouveau programme.

M. Szabo: C'est exact. Nous venons de le lancer. En fait, c'est un programme entrepris conjointement par l'Association des brasseurs du Canada, le Collège des médecins de famille et Santé Canada. Des mesures vont être prises pour apprendre aux médecins à détecter les symptômes des problèmes potentiels de risques liés à l'alcool et leur permettre d'avoir un système de questions et d'examen, etc., qui les aidera à intervenir à bon escient et à faire cette éducation.

• 1035

Having said that, I'm wondering why the medical profession has not also introduced some sort of program of introduction for the profession. Whenever we see people, or find patients, smoking, there is an element of that examination that requires you to also carry the message about the risk of smoking.

Dr. Kennedy: The Canadian Medical Association has certainly done that. Last year we introduced guidelines for smoking cessation that were sent to every physician in Canada and published widely. As part of medical training, we have these interview techniques and suggestions for physicians to follow in that respect. The *Canadian Medical Association Journal* has published numerous articles on methods and effectiveness of techniques for smoking cessation. Although we have not collaborated directly with drug companies on this, certainly as part of the marketing of the new nicotine patches, the drug companies have provided videos to be used for patients to help them in smoking cessation. Canadian physicians have been very active in this area.

Cela étant dit, je me demande pourquoi la profession médicale n'a pas aussi adopté un programme d'initiation pour la profession. Chaque fois que l'on voit des patients qui fument, on doit dans le cadre de l'examen parler aussi des risques de la cigarette.

Dr Kennedy: L'Association médicale canadienne l'a fait. L'année dernière, nous avons mis au point des lignes directrices pour arrêter de fumer qui ont été envoyées à tous les médecins au Canada et publiées un peu partout. Dans le cadre des cours de formation médicale, nous donnons également aux médecins des suggestions et des techniques d'interview à suivre à cet égard. Le journal de l'Association médicale canadienne a publié de nombreux articles sur les méthodes et l'efficacité des techniques permettant d'arrêter de fumer. Bien que nous n'ayons pas collaboré directement avec les entreprises pharmaceutiques, elles nous ont fourni, au moment de la mise en marché des nouveaux timbres de nicotine, des vidéos à l'intention des patients pour les aider à cesser de fumer. Les médecins canadiens ont été très actifs dans ce domaine.

M. Szabo: Vous avez dit que les coûts du traitement du cancer du poumon représentaient 300 millions de dollars. Avez-vous une idée du coût global des problèmes de santé liés au tabac?

Dr Kennedy: Je ne peux pas vous donner de chiffre exact parce que c'est un calcul un peu difficile à faire. Dans les maladies cardiovasculaires, il faut également tenir compte de la composante alimentaire. On a cité le chiffre de plusieurs milliards de dollars à propos des maladies associées à la cigarette et au tabac.

M. Scott: Juste deux questions précises. Dans la documentation que nous avons reçue, vous avez parlé précisément de paquets neutres ou génériques brun clair ou blancs avec des lettres noires. Est-ce particulièrement important? La question est de savoir si les marques vont y figurer.

Dr Kennedy: Le but est de supprimer l'association symbolique que font les fumeurs ou les nouveaux fumeurs entre le paquet de cigarettes qu'ils voient chez tous les détaillants et les voitures de course, les champions de tennis debout devant les panneaux publicitaires ou Jarry Park qui a été peint tout en bleu pour être de la même couleur que les Players.

Mr. Szabo: You mentioned a cost of \$300 million with regard to lung cancer treatment. Do you have an idea of the overall cost of tobacco or health-related problems resulting from tobacco use?

Dr. Kennedy: I can't give you an accurate figure because it might be a little bit difficult to arrive at. In cardiovascular disease you have dietary indiscretions that come into it as well. A figure as high as several billion dollars has been associated with all illnesses related to smoking and tobacco use.

Mr. Scott: Just a couple of specific questions. You made, in the documentation we received, specific reference to plain or generic packages only in light brown or white with black printing. Is that particularly important? I think the issue is whether trade marks are there.

Dr. Kennedy: The issue is trying to remove the symbolism that smokers, or new smokers, will attach between the cigarette package they see on every retail shelf and the racing cars, tennis stars who stand in front of billboards, or Jarry Park that has all been painted blue to match the Player's colours.

[Texte]

Mr. Scott: You would also contend—I shouldn't say this because I'm assuming this—in addition to this, that all of those billboards shouldn't be there as well. Is it your estimation that won't happen if the packages don't make the connection?

Dr. Kennedy: I think it's a logical extension to go that far. We stopped advertising in magazines and on television. Why should we let the tobacco companies put their names all over the place, to sponsor concerts, race events, tennis games, and baseball games?

Mr. Scott: Are there any other ideas? I know we're looking at plain packaging, but I think part of the decision we have to make rests with comparing it to any other alternatives that might be available. This is notwithstanding the point made that this has to be a multi-pronged approach. At some point, some of the actions don't seem to work.

In the case of price, I know most people point to that as being the best way to control this, but at some point you lose control. I know in my own community price is no longer an issue, because it was probably easier to buy contraband cigarettes than it was to buy legal ones. It was, obviously, considerably cheaper. In fact, I think one of the health organizations here last week said two-thirds of the Quebec market was contraband. So the ability to regulate by price—I'm trying to put this decision in the context of alternatives, so that we make a wise one.

[Traduction]

M. Scott: Vous estimez également—je ne devrais pas parler ainsi parce que c'est une supposition que je fais—qu'en outre, tous ces panneaux publicitaires devraient être supprimés. Ne croyez-vous pas que cela va se faire si l'on ne peut pas faire l'association avec les paquets?

Dr Kennedy: Je crois que c'est une déduction logique. Nous avons cessé la publicité dans les revues et à la télévision. Pourquoi laisser les compagnies de tabac mettre leur nom partout, commander des concerts, des courses, des tournois de tennis et des matchs de baseball?

M. Scott: Avez-vous d'autres idées? Je sais que nous étudions la banalisation de l'emballage, mais nous prendrons aussi notre décision en fonction des autres options qui pourraient s'offrir à nous. Bien que l'on ait dit qu'il fallait adopter une approche polyvalente. À un certain point, certaines mesures ne semblent pas donner de résultats.

Dans le cas du prix, la plupart des gens considèrent que c'est la meilleure méthode, mais à partir d'un certain point, on perd le contrôle. Je sais que dans ma propre région, le prix n'est plus un obstacle, parce qu'il était sans doute plus facile d'acheter des cigarettes de contrebande que d'acheter des cigarettes légales. C'était manifestement beaucoup moins cher. En fait, les représentants de l'un des organismes de santé venus la semaine dernière nous ont dit que les cigarettes de contrebande représentaient les deux tiers du marché québécois. Donc, la possibilité de réglementer le prix... J'essaie de présenter cette décision dans le contexte des choix possibles pour que nous fassions le bon.

• 1040

Are there any others that we haven't heard from that you people have been looking at?

Dr. Kennedy: I think education campaigns are very important. Unfortunately, we know that the expensive ads on TV didn't work. Probably the most important ones are at the peer group level, early in school, where we can introduce these things, but you're looking at a cross-country program that involves a lot of people, a lot of schools, and the expense will be high. Anything that will complement education will be useful.

Dr. Guzman: I wish the committee would also look at it from the point of view that this may help. If you have a child who goes into an emergency department and there is something terribly wrong and the doctors aren't sure whether a certain antibiotic will help, you're going to tell them to use it because it may help.

So in dealing with health care and public health we often choose things that may help, providing the cost of doing them isn't too high, and I think what this committee is facing at this time is that kind of a choice.

Your evidence isn't conclusive but it's pointing in that direction. There is evidence and it's pointing in that direction and it may help. In our brief, on page nine, we've given you an example of almost the same thing with seatbelt legislation. It was only after it came in that it became abundantly clear that the decrease in injury from automobile accidents would be there, and I'd just like the committee to remember that.

Y a-t-il d'autres possibilités que vous avez examinées et dont nous n'avons pas entendu parler?

Dr Kennedy: Je pense que les campagnes d'éducation sont très importantes. Malheureusement, nous savons que les annonces coûteuses présentées à la télévision ne donnent rien. Les campagnes les plus importantes sont probablement celles qui sont dirigées vers les groupes de pairs, dès les premières années d'école; nous pourrions alors présenter ces notions, mais il s'agirait là d'un programme d'envergure nationale qui engloberait beaucoup de gens, beaucoup d'écoles, et qui coûterait cher. Toute mesure permettant de compléter les campagnes d'éducation sera utile.

Dr Guzman: J'aimerais bien que le Comité aborde la question en se disant que cette mesure pourrait être utile. Si vous avez un enfant gravement malade qui se présente à l'urgence d'un hôpital et que les médecins ne sont pas certains qu'un antibiotique pourra aider, vous allez leur dire de l'essayer parce qu'il est possible que cela aide.

Donc, dans le domaine des soins de santé et de la santé publique, nous choisissons souvent des choses qui pourraient aider, à condition qu'elles ne coûtent pas trop cher, et je pense que c'est un choix de ce genre que le Comité doit faire.

Vos preuves ne sont pas concluantes, mais elles pointent dans cette direction; il semble que cette mesure pourrait aider. Nous vous avons donné dans notre mémoire, à la page 11, un exemple de ce qui s'est passé dans le cas de la loi sur le port de la ceinture de sécurité; c'était à peu près la même chose. C'est seulement après l'adoption de cette loi qu'il est devenu parfaitement clair que le nombre de blessures résultant d'accidents d'automobile diminuerait. J'aime-rais bien que le Comité s'en souvienne.

[Text]

[Translation]

Mr. Scott: Notwithstanding the fact that we could arguably proceed on the basis of common sense, if nothing else, I think we are under some obligation to push the consideration to the greatest degree of becoming conclusive, without any expectation that we can.

Dr. Guzman: But the severity of the problem you're dealing with has to be appreciated.

Mrs. Ur: As you stated, education appears to be a priority. Would it not be a good idea to wait until the new packaging comes on the market to evaluate the results of the markings on cigarette packages? It appears we're grasping for strings in not waiting for something to take effect or being able to give a good evaluation on that particular area.

Dr. Kennedy: I presume you mean the new packaging with the new health warnings.

Mrs. Ur: That's correct.

Dr. Kennedy: If we wait until we have evidence from that, it will be another year or two years before you have significant evidence. Then you'll say it wasn't effective and maybe we should go a step further and introduce plain packaging, and in that period of time there will be countless thousands of lives lost and more people addicted. So why not take a bold step now and do both at once?

Mrs. Ur: What evidence do you have that advertising causes an increase in cigarette smoking? When those ads were removed, what amount of increase was there in cigarette smoking? What was the end result of going with that format?

Dr. Kennedy: I don't have the figures in front of me. There were figures that showed that with each step in the intensity of the campaign, there's been some reduction in the increase. The figures that are most convincing are those with taxes and the increase in cost.

Mrs. Ur: Do you really believe, with the figures that have come out since the tax reduction, that consumption has gone up 30% or 40%? Do you not really believe wholeheartedly that is not new smokers, it's just legal buyers? Do you really believe that consumption has gone up 40% since the taxes have been rolled back?

Dr. Kennedy: It may be. I think the tobacco companies could give you the real numbers, because they're the ones who are sending the cigarettes to the States and then bringing them back in... or the cigarettes that were being brought in. So they could tell you what the numbers were.

• 1045

I think with the figures that previously showed that the increase in cost showed a decrease in smokers, you could argue as well that the lower costs allow more smokers to start smoking. I don't have the figures to prove it, but knowing the population that I see in my office and knowing the availability of cigarettes at low cost, I can conclude that it will happen.

M. Scott: Même si nous serions probablement prêts à adopter cette mesure pour une simple question de bon sens, à tout le moins, je pense que nous sommes obligés jusqu'à un certain point de pousser notre étude le plus loin possible, pour essayer d'en arriver à des résultats concluants, sans pourtant nous attendre à ce que ce soit possible.

Dr Guzman: Mais il faut bien comprendre la gravité du problème que vous avez à régler.

Mme Ur: Comme vous l'avez dit, l'éducation semble être une priorité. Est-ce que ce ne serait pas une bonne idée d'attendre l'arrivée des nouveaux emballages sur le marché pour évaluer les résultats des mises en garde qui figureront sur les paquets de cigarettes? Nous nous raccrochons vraiment à n'importe quoi si nous n'attendons même pas que cette mesure soit en vigueur et qu'il soit possible de l'évaluer convenablement.

Dr Kennedy: Je suppose que vous voulez parler des nouvelles mises en garde qui doivent être imprimées sur les paquets de cigarettes, au sujet du danger de ce produit pour la santé.

Mme Ur: C'est exact.

Dr Kennedy: Si nous attendons des preuves concluantes à ce sujet, il faudra encore un an ou deux. Et vous allez alors dire que cette mesure n'était pas efficace et qu'il serait peut-être bon d'aller un peu plus loin et d'adopter la banalisation des emballages; mais entre-temps, il y aura des milliers de vies de perdues et encore d'autres personnes qui se seront accoutumées. Donc, pourquoi ne pas prendre tout de suite une mesure décisive et faire d'une pierre deux coups?

Mme Ur: Avez-vous des preuves que la publicité entraîne une augmentation du tabagisme? Quand les annonces de cigarettes ont été supprimées, y a-t-il eu une augmentation du tabagisme? Quelles ont été les conséquences de cette mesure?

Dr Kennedy: Je n'ai pas de chiffres sous la main, mais il y a des données qui montrent que l'augmentation du tabagisme ralentit chaque fois que nous intensifions la campagne. Les chiffres les plus convaincants sont ceux qui portent sur les taxes et sur l'augmentation des prix.

Mme Ur: Croyez-vous vraiment, en regardant les chiffres publiés depuis la réduction des taxes, que la consommation ait augmenté de 30 ou 40 p. 100? Ne pensez-vous pas plutôt qu'il s'agit simplement de gens qui achètent leurs cigarettes légalement, et pas de nouveaux fumeurs? Pensez-vous vraiment que la consommation a grimpé de 40 p. 100 depuis que les taxes ont été réduites?

Dr Kennedy: C'est possible. Je pense que les compagnies de tabac pourraient vous fournir les chiffres exacts parce que ce sont elles qui envoient les cigarettes aux États-Unis et qui les rapportent... ou du moins ce sont leurs cigarettes qui sont rapportées. Elles pourraient donc vous dire quels sont les chiffres.

Puisque les chiffres ont déjà démontré que l'augmentation des coûts s'était accompagnée d'une diminution du tabagisme, je suppose qu'on pourrait soutenir que la baisse des coûts permettra à plus de gens de commencer à fumer. Je n'ai pas de chiffres pour le prouver, mais d'après les cas que je vois à mon bureau et sachant comme il est facile de se procurer des cigarettes à bas prix, j'en conclus que c'est ce qui va se produire.

[Texte]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I would like to ask a couple of questions, one not on plain packaging, but a possible part of a multi-pronged approach.

You indicated the use of the nicotine patch. From the association's observations, has cost to the smokers been a barrier in buying the nicotine patch and going to counselling? Has that been a hindrance?

Dr. Kennedy: Initially, the nicotine patch was being paid for by the drug plans and then they stopped paying for it. The cost of the nicotine patch is roughly the same for a one-pack-a-day smoker. For some reason, some patients say they can't afford the patch, but they can afford to pay \$5 or \$7 a day for cigarettes. Some other drug plans are now covering the patch again, and it has become more acceptable that way.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I am just thinking more perhaps whether the federal government would be motivated to look into this as a possibility as part of the multi-pronged strategy. Instead of putting all the money into advertising, support the nicotine patch through the smoking program.

I will go back to the plain packaging, if I may. It is always agonizing to search for scientific evidence. We are equally aware that we could start on empirical evidence as best we could, up to a point, and start a particular form of therapy. We are also mindful that we would like to be sure there are no possible side effects of the therapy we are introducing. I think we all know that.

My questions then would be whether you have considered the possibility that the plain package cigarettes could be cheaper in price. If so, how would it impact on consumption. How would you counteract that possible, if I may call it, side effect of plain packaging if we proceed with the plain packaging?

Dr. Kennedy: I believe there has been some testimony showing that if you produce plain packages in different colours associated with the amount of nicotine in the cigarette and to label all the contents, the cost of packaging may be similar or just slightly less than it is now. If there is a significant decrease in the cost of packaging, then I am sure the federal government could make up the difference with taxes and that would keep the cigarettes at the same price.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I thought you would recommend that.

You just mentioned that the expensive advertising that the federal government had done for a period of time had proven to be ineffective. If there is a potential new tool that we believe could work, how long a period of time would you suggest to the committee would be a good observation time? In other words, during this period of time we would be assessing the effectiveness of this particular added tool to our strategy the best we could. How long a period of time would you say would be a sufficient period, whereafter we would say, let us continue with this, or no, we have to stop it?

Dr. Kennedy: I think you have to design a good clinical study.

[Traduction]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je voudrais vous poser quelques questions. La première ne porte pas sur la banalisation des produits, mais sur un élément qui pourrait faire partie d'une approche à plusieurs volets.

Vous avez parlé de l'utilisation du timbre à nicotine. D'après les observations de votre association, est-ce que le coût de ce timbre pour les fumeurs les a empêchés de l'acheter et de chercher du counselling? Est-ce que cela a été un obstacle?

Dr Kennedy: À l'origine, les régimes d'assurance-médicaments payaient le timbre à nicotine, mais ils ont ensuite arrêté de le faire. Ce timbre coûte à peu près l'équivalent d'un paquet de cigarettes par jour. Pour une raison que j'ignore, certaines personnes affirment qu'elles ne peuvent pas se payer le timbre, alors qu'elles peuvent acheter pour cinq ou sept dollars par jour de cigarettes. D'autres régimes d'assurance-médicaments assurent à nouveau le timbre, dont l'utilisation est donc maintenant plus acceptable.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je me demande simplement si le gouvernement fédéral ne pourrait pas envisager cette possibilité dans le cadre d'une stratégie à plusieurs volets. Plutôt que de consacrer tout notre argent à la publicité, nous pourrions chercher à favoriser l'utilisation du timbre à la nicotine.

J'aimerais maintenant revenir à la question de la banalisation des produits. Il est toujours extrêmement difficile de chercher des preuves scientifiques. Nous savons évidemment qu'il serait possible de nous fonder sur des données empiriques, jusqu'à un certain point, si nous voulons adopter certaines mesures de redressement. Mais nous voulons également être certains que ces mesures n'auront pas d'effets secondaires. Je pense que tout le monde en est conscient.

J'aimerais donc savoir si vous vous êtes penchés sur la possibilité que les cigarettes présentées dans un emballage banalisé pourraient coûter moins cher. Si oui, quels effets cela pourrait-il avoir sur le tabagisme? Comment pourrions-nous contrebalancer ce que j'appellerais cet effet secondaire de la banalisation des produits du tabac, si nous adoptons des mesures en ce sens?

Dr Kennedy: Il me semble avoir entendu dire que la production de paquets banalisés de différentes couleurs, selon la quantité de nicotine présente dans les cigarettes et compte tenu de la nécessité d'en numéroté le contenu sur les paquets, pourrait être semblable ou à peine inférieure au coût actuel. Mais si le coût des emballages diminuait considérablement, je suis certain que le gouvernement fédéral pourrait augmenter ses taxes pour garder les cigarettes au même prix.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Il me semblait bien que vous recommanderiez cela.

Vous venez de mentionner que la publicité très coûteuse que le gouvernement fédéral a faite pendant un certain temps n'avait pas été efficace. Si nous disposons d'un nouvel outil qui devrait donner des résultats, pendant combien de temps devrions-nous en étudier l'application? Autrement dit, pour évaluer le mieux possible l'efficacité de cet outil que nous aurions ajouté à notre stratégie, combien de temps nous faudrait-il pour pouvoir dire s'il faut poursuivre dans la même voie ou suspendre l'application de la mesure en question?

Dr Kennedy: Je pense qu'il faudrait concevoir une bonne étude clinique.

[Text]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Is it possible to do this?

Dr. Kennedy: You have to design a study of epidemiology across the country with random groups who are representative. It would be a reasonably large study involving a large number of Canadians. I think, being involved in clinical studies myself, it seldom takes less than a year or a year and a half to actually do the study, and it sometimes takes just as long to analyse it. I think you are looking at two, three, four years to get the answer.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Would you be making the recommendation to undertake a study if it is feasible?

• 1050

Dr. Kennedy: Yes, I think it's important. I think we should know what the effects of what we are doing are. That's one of the problems we have today. We don't have the strong evidence to support us and I think any kind of evidence of this type would be extremely useful in the future.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): It could be a model for the world. Thank you.

M. de Savoye: Monsieur Kennedy, vous dites qu'une étude d'impact après coup serait utile et nous permettrait de voir les résultats. Lorsque la publicité a été interdite au Canada, est-ce qu'une telle étude d'impact a été réalisée?

Dr. Kennedy: I'm not aware that it was.

M. de Savoye: Vous avez dit plus tôt que l'accroissement du prix avait réduit la consommation. Avez-vous des chiffres à ce sujet?

Dr. Kennedy: I believe the figures were given to us by Health Canada. I think those figures are available there.

M. de Savoye: Je pensais que vous me répondriez ceci: J'ai des chiffres venant de Statistique Canada et de Santé et Bien-être social, et la courbe de réduction de la consommation est tout à fait parallèle à celle que l'on retrouve aux États-Unis, où il n'y a pas eu d'augmentation de prix. Comment expliquez-vous ce parallélisme?

Dr. Guzman: We don't have the evidence you're talking about. I think what we have had access to suggests that there is a good possibility that there has been an increase in consumption. The other thing is that if you go and talk to a bunch of teenagers, they will admit they have increased their cigarette consumption. One of our staff members recently went out and did that. That is not a scientific study. It was to get a feel in the marketplace, and they did admit it was easier to buy the cigarettes, they had more money, and they had in fact increased their consumption.

M. de Savoye: Je vous remercie.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I think I will stop the questioning at this point, Dr. Patry. Perhaps I'll give you the first chance with this next set of witnesses. We are just 20 minutes ahead of ourselves.

Dr. Kennedy: Thank you.

Dr. Guzman: Thank you.

[Translation]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Est-ce que c'est faisable?

Dr Kennedy: Il faut mettre sur pied une étude d'épidémiologie faisant appel à des groupes représentatifs choisis au hasard dans l'ensemble du pays. Il faudrait une étude raisonnablement vaste, à laquelle participeraient de nombreux Canadiens. À mon avis, pour avoir participé moi-même à des études cliniques, il faut rarement moins d'un an ou un an et demi pour réaliser l'étude, parfois autant pour l'analyser. Je pense donc qu'il pourrait falloir deux, trois ou quatre ans pour obtenir une réponse.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Seriez-vous prêt à recommander que nous réalisions une étude de ce genre si c'était possible?

Dr Kennedy: Oui, je pense que c'est important. Nous devons connaître les effets de ce que nous faisons. C'est un des problèmes que nous connaissons aujourd'hui. Nous n'avons pas de preuves concluantes pour appuyer nos dires, et je pense que toute preuve de ce genre pourrait être extrêmement utile à l'avenir.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Cela pourrait servir de modèle au monde entier. Merci.

Mr. de Savoye: Dr. Kennedy, you said it would be useful to have an impact study, which would allow us to see the results. Was there such an impact assessment when advertising was banned in Canada?

Dr Kennedy: Pas que je sache.

Mr. de Savoye: You said earlier that the increase in price had reduced smoking. Do you have any numbers on that?

Dr Kennedy: Je pense que ces chiffres nous ont été transmis par Santé Canada, qui pourra, j'imagine, vous les faire parvenir.

Mr. de Savoye: I thought you would tell me that you had numbers from Statistics Canada and Health and Welfare Canada showing that cigarette smoking has decreased in the exact same way as in the United States, where prices have not gone up. How do you explain that parallel pattern?

Dr Guzman: Nous n'avons pas eu connaissance des chiffres dont vous parlez. Ceux qui nous ont été communiqués permettent de croire qu'il y a fort probablement eu une augmentation du tabagisme. En outre, si vous allez parler à un groupe d'adolescents, ils admettront facilement qu'ils fument plus qu'avant. Un des membres de notre association l'a fait récemment. Il ne s'agissait pas d'une étude scientifique, mais simplement d'une petite enquête visant à prendre le pouls du marché; et les jeunes ont reconnu qu'il était plus facile d'acheter des cigarettes, qu'ils avaient donc plus d'argent et qu'ils avaient en fait augmenté le nombre de cigarettes qu'ils fumaient.

Mr. de Savoye: Thank you.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je vais devoir mettre fin à la période des questions, monsieur Patry. Vous aurez peut-être le premier tour pour poser vos questions aux témoins suivants. Nous sommes en retard de 20 minutes.

Dr Kennedy: Merci.

Dr Guzman: Merci.

[Texte]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We would call on Dr. Bass from the Tobacco and Illness Committee.

Dr. Bass, would you please proceed.

Dr. Frederic Bass (Chairman, Tobacco and Illness Committee of the British Columbia Medical Association): Mr. Chairman, I want to thank you for the opportunity of being here and the opportunity to say a few words about the tobacco epidemic and what you can do about it.

First, Mr. Chairman, may I have your permission to chastise the committee a bit?

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We're in a democracy.

Dr. Bass: Thank you. This is a committee on health, and sitting here this morning, I would have thought it was a committee on hesitation. There is an epidemic happening out there and I wish to address what you can do about it.

• 1055

I am a preventive medicine physician within the B.C. Medical Association. Within their Council of Health Promotion, I chair the Tobacco and Illness Committee. I direct the B.C. Doctors' Stop-Smoking Project, which is a province-wide effort to help physicians to help their patients to stop smoking.

What I would like to do is to make a presentation in three parts.

1. There seems to be a major interest in evidence, and I would like to address evidence.
2. I would like to address products that are in front of me, turpentine, crayons, and cigarettes.
3. Then I would like to make some comments from my statement.

In terms of evidence, common sense tells us that plain packaging makes cigarettes less attractive. Common sense, first line. Second line, what do the professionals say about packaging? I have copies of the editorial that was referred to and I would like to pass them out.

This is a Canadian journal, *Marketing Magazine*, April 25:

...is anyone naive enough to believe that the very act of banning snazzy multi-coloured packaging won't have some effect? At the very least, it will make it obvious to consumers—especially impressionable young consumers—that cigarettes should not be treated like any other product. The ban on packaging would underscore the message that cigarettes, responsible for an estimated 40,000 premature deaths in Canada every year, are a pariah product.

The second group of professionals are in the tobacco industry. You have already heard some quotes. I would like to pass this on. It is an excellent study—I don't know if you have this—from the Canadian Cancer Society. It says:

[Traduction]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous entendrons maintenant le Dr. Bass, du Comité sur le tabac et la maladie.

Docteur Bass, allez-y, s'il vous plaît.

Dr Frederic Bass (président, Comité sur le tabac et la maladie, Association médicale de la Colombie-Britannique): Monsieur le président, je tiens d'abord à vous remercier de m'avoir invité ici et de me permettre de vous dire quelques mots sur l'épidémie que représente le tabagisme et sur ce que vous pouvez faire pour y mettre fin.

Premièrement, monsieur le président, me permettez-vous de faire quelques remontrances au Comité?

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous sommes en démocratie.

Dr Bass: Merci. Je suis ici devant le Comité de la santé, mais j'ai plutôt l'impression, d'après ce que j'ai entendu ce matin, qu'il s'agit du comité de l'hésitation. Il y a une épidémie en cours, et j'aimerais vous parler de ce que vous pouvez y faire.

Je pratique la médecine préventive au sein de l'Association médicale de Colombie-Britannique. Je suis président du Comité sur le tabac et la maladie du Conseil de promotion de la santé de cet organisme. Je dirige le *B.C. Doctors' Stop-Smoking Project*, une initiative d'envergure provinciale visant à appuyer les médecins qui veulent aider leurs patients à cesser de fumer.

Ma présentation comportera trois parties.

1. Vous semblez vous intéresser beaucoup aux preuves, et j'aimerais en parler.
2. Je vais aussi parler des produits que j'ai devant moi, de la térébenthine, des crayons de cire et des cigarettes.
3. J'aimerais ensuite faire quelques commentaires découlant de ma présentation.

Pour ce qui est des preuves, le bon sens nous dit que la banalisation des emballage rend les cigarettes moins attrayantes. Donc, il y a premièrement le bon sens. Deuxièmement, qu'est-ce que les professionnels disent de l'emballage? J'ai ici des copies de l'éditorial dont il a été question et j'aimerais les faire distribuer.

Il s'agit d'une revue canadienne, le *Marketing Magazine* du 25 avril:

Y a-t-il quelqu'un d'assez naïf pour croire que le simple fait d'interdire les emballages multicolores et voyants n'aura pas un effet? À tout le moins, on fera ainsi comprendre aux consommateurs, et surtout aux jeunes consommateurs impressionnables, qu'il ne faut pas considérer les cigarettes comme n'importe quel autre produit. L'interdiction visant les emballages ferait ressortir le message selon lequel les cigarettes, qui sont responsables d'environ 40 000 décès prématurés au Canada, sont un produits à bannir.

Le deuxième groupe de professionnels est celui des gens de l'industrie du tabac. Vous avez déjà entendu certaines de leurs déclarations. Je vais vous faire circuler une étude excellente—je ne sais pas si vous l'avez en main de la Société canadienne du cancer, dans laquelle on peut lire:

[Text]

...in this struggle to win over smokers, the pack and its message have become increasingly important weapons.

I would like to also quote Donald Brown, now president of Imperial Tobacco:

Q. Would you argue that as much—virtually as much—time, energy and expense goes into the creation of a package of the brand than the advertisement itself?

A. . . I would say it's as important, more and more so.

The president of Imperial Tobacco.

3. This is a statement by the former president and chief executive officer of RJR Macdonald:

Q. So you're actually saying that young adults influence what their friends think of them, some do, by the brands they smoke, because of the packages they flash.

This is the answer given by the president and chief executive of RJR Macdonald Inc.

A. I think that's true of cigarettes, I think it's true of beer, and I think it's true of clothing, and I think it's true of most of the consumer goods that young people buy. They buy it with their friends in mind. . . Clearly, the package does communicate the cigarette they're smoking and we believe that people choose their cigarettes according to what those cigarettes are, and that includes imagery.

That's from the professionals in the tobacco industry. The professionals in the health industry are listed on and on, what they think about packaging.

There are studies, and it seems that you are not acquainted with the empirical evidence on the studies. I would like to particularly address what is said about Marlboro cigarettes in one study. I am sorry that Dr. Martin isn't here, because I think he was asking for this evidence.

In one study a group of Marlboro smokers was offered Marlboro cigarettes, but in plain packages. The results were traumatic, states researcher Shirley Blotnick, and I quote:

The proof is that when we offered them Marlboros at half price—in generic brown boxes—only 21% were interested, even though we assured them that each package was fresh, had been sealed at the factory and was identical (except for the different packaging) to what they normally bought at their local tobacconist or cigarette machine.

So there is major evidence.

Another study in New Zealand concluded that the packaging cues function to promote an image about the brand that is perceived and evaluated by both users and non-users of the product. Brand images that are perceived to be similar to a

[Translation]

Dans la bataille en vue d'attirer les fumeurs, le paquet et le message qu'il transmet sont devenus des armes de plus en plus importantes. . .

Je voudrais aussi vous citer Donald Brown, qui est aujourd'hui président d'Imperial Tobacco:

Question: Diriez-vous qu'il faut autant de temps, d'énergie et d'argent, ou presqu'autant—pour créer un paquet pour une marque que pour la publicité elle-même?

Réponse: . . Je dirais qu'il en faut autant, et de plus en plus.

C'est le président d'Imperial Tobacco.

3. Voici maintenant une déclaration de l'ancien président et directeur général de RJR Macdonald:

Q. Donc, vous dites en réalité que les jeunes adultes influencent dans certains cas la perception que leurs amis ont d'eux selon les marques de cigarette qu'ils fument et le genre de paquet qu'ils leur présentent.

Et voici la réponse du président et directeur général de RJR Macdonald Inc:

R. Je pense que c'est le cas pour les cigarettes, tout comme pour la bière, pour les vêtements et pour la plupart des biens de consommation que les jeunes achètent. Ils achètent en pensant à leurs amis. . . Il est clair que leur paquet de cigarettes montre quelle marque ils fument et nous croyons que ces gens choisissent leurs cigarettes en fonction des caractéristiques de cette marque, ce qui inclut l'image.

Voilà ce qu'en disent les professionnels de l'industrie du tabac. Quant aux professionnels de l'industrie de la santé, ils ont été très nombreux à se prononcer sur la question des emballages.

Il y a eu des études, mais il semble que vous ne soyez pas au courant des données empiriques qui y sont présentées. Je voudrais vous parler tout particulièrement de ce qu'on peut lire dans une de ces études au sujet des cigarettes Marlboro. Je suis désolé que le docteur Martin ne soit pas ici parce que c'est lui qui a demandé des données de ce genre.

Les auteurs d'une étude ont offert à un groupe de fumeurs de Marlboro des cigarettes Marlboro, dans des paquets neutres. Les résultats ont été renversants, comme le rapporte la chercheuse Shirley Blotnik, et je cite:

La preuve en est que, quand nous leur avons offert des Marlboro à moitié prix dans des boîtes brunes non identifiées, seulement 21 p. 100 étaient intéressés à payer moitié prix, même si nous leur avions donné l'assurance que tous les paquets contenaient des cigarettes fraîches, qu'ils avaient été scellés à l'usine et qu'ils étaient identiques, sauf pour l'emballage, à ceux qu'ils achetaient normalement chez leur marchand de tabac habituel ou dans une machine distributrice.

Il y a donc là une preuve concluante.

Une autre étude effectuée en Nouvelle-Zélande a révélé que les caractéristiques graphiques des emballages servent à promouvoir une image de marque qui est perçue et évaluée à la fois par les utilisateurs et les non-utilisateurs du produit. Les

[Texte]

person's self-image are more likely to be evaluated positively and may even serve to induce brand trial. If the brand image is substantially appealing, the evaluation of product use and the consequences of smoking may be greatly overshadowed by the allure of the brand.

Then you have some other studies from the University of Toronto Centre for Health Promotion. I'll just read you the conclusions:

1. Plain packaging makes the package, and therefore the product, less interesting.
2. Packaging has a greater influence on youth who are contemplating smoking as compared to youth who are already smoking regularly, i.e., early addicts.
3. Plain packaging is important as part of a comprehensive strategy, including high costs, restrictions on sales and banning all forms of promotion of tobacco products, to reduce smoking onset among youth.

So we have studies on youth. We also have studies on the degree to which the warning is retained. That evidence is very clear. Of 129 adolescents in Ontario aged 12 to 17, 40% reported that plain packs enhanced the believability of the health warning; 7% reported that believability would be decreased; 53% said it would have no effect. There is a substantial segment that says it would have an effect.

If you want a short-term study, that can be done in a matter of weeks. Plain packaging, do they recall the outcome? It seems to me that is the only kind of study that really should be focused on—does the message of the hazard get across?

As for the marketplace, generic cigarettes were tried in Quebec, and despite wide availability, they remained at some fraction of 1% despite the low price. So we have some evidence that people will choose a brand they recognize over generics, at least in Quebec.

Evidence also should be the judgment of the electorate. In a national survey of Canadians, 64% were for packaging that would dissuade use, and a similar percentage were in Australia.

I don't like the term "plain packaging". I don't like the term "generic packaging". It doesn't describe. Why bother?

We are facing a major epidemic and I am somewhat shocked at your lack of readiness to do something about this epidemic. Packaging is one part of a comprehensive plan, and I have a paper if you want to refer to a good, empirically based paper on strategies to lower the prevalence of smoking.

But to me, the issue is the purpose of this committee: to look at lowering the prevalence of tobacco use. I would call the task at hand "dissuasive packaging". We have had a century of persuasive packaging. It's time now to have dissuasive packaging.

[Traduction]

images de marque perçues comme étant semblables à l'image que les gens se font d'eux-mêmes ont plus de chance d'être évaluées positivement et peuvent même les inciter à essayer la marque en question. Si une image de marque est suffisamment attrayante, l'allure de la marque peut éclipser complètement les considérations sur l'usage du produit et sur les conséquences du tabagisme.

Il y a aussi d'autres études effectuées par le *Centre for Health Promotion* de l'Université de Toronto. Je vais me contenter de vous en lire les conclusions:

1. Les emballages neutres rendent l'emballage lui-même et, par conséquent, le produit qu'il contient moins intéressant.
2. L'emballage a une influence aussi grande sur les jeunes qui songent à commencer à fumer que sur ceux qui fument déjà régulièrement, c'est-à-dire sur les jeunes habitués.
3. La banalisation des emballages est importante dans le cadre d'une stratégie globale comprenant l'imposition de prix élevés, les restrictions visant les ventes et l'interdiction de toutes les formes de promotion des produits du tabac, pour dissuader les jeunes de commencer à fumer.

On a donc effectué des études sur les jeunes, de même que sur l'impression durable que laissent des avertissements. Les données à ce sujet sont très claires. Sur 129 adolescents ontariens âgés de 12 à 17 ans, 40 p. 100 ont indiqué que les emballages neutres augmenteraient la crédibilité des mises en garde à propos des effets de la cigarette sur la santé; 7 p. 100 ont affirmé que ces messages seraient moins crédibles et 53 p. 100 étaient d'avis qu'ils n'auraient aucun effet. Une partie importante de ces jeunes croit donc que cette mesure aurait un effet.

Si vous voulez une étude à court terme, il est possible d'en faire une en quelques semaines. Est-ce que le message passe vraiment grâce à des emballages neutres? Il me semble que c'est le seul genre d'étude qui présente un réel intérêt: est-ce que le message sur les risques pour la santé passe bien?

Pour ce qui est de l'attitude du marché, des cigarettes sans nom ont été mises à l'essai au Québec et, bien qu'il était facile de s'en procurer, leur part de marché est restée inférieure à 1 p. 100, malgré leur bas prix. Il semble donc que les gens choisissent des marques connues plutôt qu'un produit sans nom, du moins au Québec.

Le jugement des électeurs constitue également une preuve. Dans une enquête nationale effectuée au Canada, 64 p. 100 des gens étaient en faveur d'un emballage dissuasif, et le pourcentage était semblable dans une étude réalisée en Australie.

Je n'aime pas les termes «emballage neutre» ou «emballage générique». Cela ne veut rien dire. Qu'est-ce que ça peut faire?

Nous sommes aux prises avec une véritable épidémie et je suis plutôt choqué de votre manque d'empressement à faire quelque chose pour y mettre fin. L'emballage est un des éléments d'un plan global, et je dispose ici d'un document qui pourrait vous être utile si vous voulez un bon document fondé sur des données empiriques au sujet de stratégies qui permettraient de réduire la popularité de la cigarette.

Mais à mon avis, ce qui compte, c'est l'objectif de votre Comité, c'est-à-dire l'examen des moyens de lutte contre le tabagisme. Il faudrait plutôt parler à mon avis d'«emballages dissuasifs». Nous avons eu des emballages persuasifs pendant un siècle; il est maintenant temps d'avoir des emballages dissuasifs.

[Text]

[Translation]

I have three kinds of products in front of me. This is dangerous if it's misused, if it is swallowed. This represents Zddy crayons, which were pulled from the market by Zellers about 10 days ago. I could not get hold of them; they were gone from the Vancouver area. This represents three tobacco companies. If this is misused there could be...now, let's look at the damage. Damage occurs to these and this is... Crayons caused minimal damage but they had too much lead in them. These caused damage if misused; these caused damage when used the way they are.

• 1105

Now, let's look at the volume of damage to Canadians. Not too many people died from using turpentine last year in Canada. No one died from using crayons last year in Canada. Almost 40,000 Canadians died from smoking cigarettes last year. This is the number one cause of preventable death in Canada.

Under "Protection of Children", this has a danger and a poison sign on it. This has a cap that prevents access by children. This has the ultimate in packaging and was pulled from the market. This comes in very attractive packaging. The tobacco industry knows how to package, knows how to attract, and the package minimizes the health warning label on the thing. Now, turpentine is not addictive; crayons are not addictive. This substance is addictive and if you have any question about that, I suggest you consult the 1989 Royal Society of Canada report—I hope this is addiction, I'm sorry, I came to Canada too late to speak French—"Tobacco, Nicotine, and Addiction". This is an addictive product and this report addresses whether the terms "habituation", "dependence", or "addiction" should be used, and "addiction" is the term they recommend.

The hazardous product applies to this substance, applies to this substance, and applies to this one, except there is an exemption. So it has an ambivalent position. The packaging...dissuasive. This is kind of persuasive when it's around, when it's non-toxic; it says non-toxic on the side. This packaging is persuasive of use but there's an ambivalent component, namely, a health hazard warning that you can read at certain angles of light.

The position of government is to regulate this one, to regulate this one, and it is ambivalent about this one.

We have an epidemic on our hands. If you have any doubt that there's an epidemic, I would like you to turn to appendix A and look at the best indicator of what cigarettes do to a population. And that best indicator is the change in lung cancer mortality. You don't even have to look at it; you can just look up here and you'll see there's only one line that represents the various kinds of cancer in women. Breast cancer is at a plateau, colon-rectal cancer is going down, ovarian cancer is flat, but

J'ai ici trois types de produits. Celui-ci est dangereux s'il est mal utilisé, s'il est avalé. Celui-ci représente les crayons de cire Zddy, que Zellers a retiré du marché il y a environ 10 jours. Je n'ai pas pu m'en procurer; il n'y en avait plus dans la région de Vancouver. Et ceci représente trois fabricants de tabac. Si ces produits étaient mal utilisés, ils pourraient... regardons un peu les dommages qu'ils pourraient faire. Ce produit-ci cause du tort, et celui-ci... Les crayons de cire n'ont fait que des dommages minimes, mais ils contenaient trop de plomb. Ce produit-ci cause donc du tort s'il est mal utilisé, alors que celui-ci en cause quand on l'utilise de la façon prévue.

Maintenant, voyons l'ampleur des dommages pour les Canadiens. Il n'y a pas beaucoup de gens qui sont morts pour avoir employé de la téribenthine l'an dernier au Canada. Et personne n'est mort pour s'être servi de ces crayons de cire. Mais près de 40 000 Canadiens sont morts l'an dernier parce qu'ils fumaient la cigarette. C'est la première cause évitable de décès au Canada.

En vertu des dispositions sur la protection des enfants, ce produit porte un avertissement et un symbole indiquant les risques d'empoisonnement. Il y a aussi un bouchon conçu de façon à empêcher les enfants d'ouvrir le contenant. Ce produit présentait le fin du fin en matière d'emballage et il a pourtant été retiré du marché. Et celui-ci est vendu dans un emballage très attrayant. L'industrie du tabac sait comment emballer son produit, comment attirer les gens et comment réduire l'importance de l'avertissement imprimé sur le paquet. Par ailleurs, la téribenthine ne crée pas d'accoutumances, et les crayons de cire non plus. Mais nous avons ici une substance accoutumante; si vous n'en êtes toujours pas convaincu, je vous suggère de consulter le rapport publié en 1989 par la Société royale du Canada—j'espère qu'il s'agit bien d'accoutumance, je suis désolé, je suis arrivé au Canada trop tard pour parler français—intitulé *Tobacco, Nicotine and Addiction*. Nous avons donc ici un produit qui crée l'accoutumance; les auteurs de ce rapport se sont demandés s'il était préférable de parler d'"habitude", de "dépendance" ou d'"accoutumance", et ils ont recommandé le terme "accoutumance".

La Loi sur les produits dangereux s'applique à cette substance-ci et à celle-là, ainsi qu'à celle-ci, sauf qu'il y a une exemption. Donc, c'est ambivalent. L'emballage...dissuasif. Cet emballage-ci est plutôt persuasif, quand on peut trouver le produit, puisqu'il est non toxique, comme on peut le voir sur le côté de la boîte. Cet emballage-ci est également persuasif, mais il est en même temps ambivalent parce qu'il comporte un avertissement sur les risques du produit pour la santé, avertissement qu'on peut lire sous un certain angle d'éclairage.

Le gouvernement a donc décidé de réglementer ce produit-ci et celui-là, mais il est ambivalent au sujet du troisième.

Nous sommes aux prises avec une épidémie. Si vous n'en êtes pas convaincus, j'aimerais que vous jetiez un coup d'œil sur à l'annexe A, sur les données relatives au meilleur indicateur des effets de la cigarette sur une population. Cet indicateur, c'est l'évolution de la mortalité due au cancer du poumon. Vous n'avez même pas besoin de parcourir tout le document; vous n'avez qu'à regarder ici, en haut, et vous verrez qu'il n'y a qu'une seule ligne représentant les divers types de

[Texte]

there's one that is ascending steeply at about a 30-degree angle and that is cancer of the lung.

The next one shows lung cancer in males. Again, this is the only cancer that's increasing and that one is actually reaching a high plateau. Lung cancer mortality follows 25 years later the trends in cigarette smoking.

I was trained basically in epidemiology, and in epidemiology we look at the agent, the host, and the environment. If your mandate was to do something about malaria, you'd be concerned about the agent, the malaria parasite; if you were doing something about plague, you'd be concerned about the plague bacillus. You're concerned about tobacco-caused illness—ultimately, that's what you're concerned about—and the agent of that is tobacco. The characteristics of the agent that are important are its price, its addictive nature, its packaging, its imagery and its marketplace. If we were talking about mosquitoes, we'd probably talk about how far they fly, what their life cycle is, etc. If we were talking about malaria parasites, we'd talk about the characteristics of the parasite.

The means by which the agent gets to the host is called the vector of illness. In malaria it is a mosquito that brings the parasite and injects the host; in the plague it is the flea riding on a rodent that injects the host. In tobacco it is the tobacco industry that gets this to the host. By tobacco industry I mean the manufacturer, I mean the packager, and I mean the distributors.

If you were concerned about malaria, there would be no "Canadian Society for the Protection of Mosquitoes" testifying. There is no such organization. If you were concerned about plague, "Fleas International" would not come and give you a very eloquent presentation, nor would "The Rodent Council of Canada" come here and make a presentation. There are no such organizations. But the vectors of this epidemic will come and will be talking to you, and they will be paid to do that. Nobody ever paid mosquitoes; nobody ever paid fleas or rodents. But the vectors of this epidemic are paid. If you compromise with them, you will be compromising the health of your constituents.

I suggest that to screen who is a vector and who is not, you ask them some vector-screening questions—very simple ones: Does tobacco cause lung cancer? Does tobacco cause heart disease? Is tobacco addictive? Is tobacco the most prevalent cause of preventable disease in Canada? Is tobacco a dangerous consumer product? I suggest you listen very carefully to their answers, because if they twist the truth when you ask those questions, what else are you going to believe that they say?

Now, they do have a problem answering those questions, and I can understand that.

You have a legal framework for doing something about this product. The Hazardous Products Act allows you to prescribe the form and manner in which information shall be disclosed on a label and the manner in which a label shall be applied to a

[Traduction]

cancer chez la femme. Le cancer du sein a atteint un plateau, le cancer colorectal est à la baisse, le cancer des ovaires est stable, mais il y a un type de cancer qui ne cesse d'augmenter, selon un angle d'environ 30 degrés, et c'est le cancer du poumon.

On voit ensuite l'incidence du cancer du poumon chez les hommes. Là encore, c'est le seul type de cancer en hausse; il a en fait atteint un plateau. La mortalité due au cancer du poumon suit les tendances du tabagisme, avec 25 ans d'écart.

J'ai surtout une formation d'épidémiologiste; dans ce domaine de la médecine, nous examinons l'agent, l'hôte et le milieu. Si vous aviez pour mandat de lutter contre la malaria, vous vous intéresseriez à l'agent de cette maladie, le parasite du paludisme; si vous deviez vous attaquer à la peste, vous vous inquiéteriez du bacille de la peste. Ce dont il est question ici, ce sont les maladies attribuables au tabagisme—puisque c'est en définitive l'objet réel de votre étude—, et c'est le tabac qui en est l'agent. Les caractéristiques importantes de cet agent sont son prix, son effet d'accoutumance, son emballage, son image et sa position sur le marché. Si vous deviez étudier les moustiques, vous examineriez probablement les distances qu'ils peuvent franchir, leur cycle de vie et ainsi de suite. S'il était question ici du parasite de la malaria, nous parlerions de ses caractéristiques.

On désigne par le terme «vecteur» le moyen par lequel l'agent atteint l'hôte. Dans le cas de la malaria, c'est un moustique qui transmet le parasite en piquant l'hôte; dans le cas de la peste, la maladie était transmise par les puces que transportaient les rongeurs. Dans le cas du tabac, c'est l'industrie du tabac qui transmet les maladies à l'hôte. Quand je parle de l'industrie du tabac, je veux parler des fabricants, des emballeurs et des distributeurs.

• 1110

Si vous aviez pour mission de lutter contre la malaria, vous n'entendriez pas de témoignages de la «Société canadienne pour la protection des moustiques». Il n'existe pas d'organisation de ce genre. Et si vous deviez lutter contre la peste, l'*«Association internationale des puces»* ne viendrait pas vous faire une présentation très éloquente, pas plus que le *«Conseil canadien des rongeurs»*. Il n'existe pas d'organisations comme celles-là. Mais les vecteurs de l'épidémie dont il est question ici viennent vous parler, et ils sont payés et le faire. Personne n'a jamais payé les moustiques, les puces ou les rongeurs. Mais les vecteurs de cette épidémie sont payés. Si vous transigez avec eux, c'est la santé de vos commettants que vous compromettrez.

Je vous suggère, pour déterminer qui sont les vecteurs de ces maladies, de leur poser quelques-unes des questions suivantes, qui sont très simples: le tabagisme cause-t-il le cancer? Cause-t-il des maladies cardiaques? Le tabac provoque-t-il l'accoutumance? Est-il la principale cause des maladies évitables au Canada? Est-il un produit de consommation dangereux? Je vous conseille d'écouter très attentivement leurs réponses, parce que s'ils nient la vérité quand vous leur poserez ces questions, comment pourrez-vous croire le reste de leurs propos?

Ils ont bien sûr du mal à répondre à ces questions, et je le comprends.

Il existe déjà un cadre juridique vous permettant de faire quelque chose au sujet de ce produit. La *Loi sur les produits dangereux* vous permet de prescrire la forme et la manière dont l'information pertinente doit être inscrite sur les étiquettes et la

[Text]

[Translation]

controlled product or container in which a controlled product is packaged. You have before you an addictive, lethal, toxic product, and it seems to me this should entitle you to restrict the colour and the style of packaging so as to gain the consumer's full attention to what that product is.

façon dont ces étiquettes doivent être appliquées sur les produits visés par la loi ou sur les contenants dans lesquels ses produits sont emballés. Vous avez ici un produit accoutumant et toxique; c'est un poison mortel et il me semble que cela devrait vous autoriser à restreindre le style des emballages et leur couleur pour que les consommateurs soient pleinement conscients de la nature de ce produit.

The second appendix, which I won't ask you to look at now, has some of the various components of tobacco smoke. I would call your attention to two of them in particular; actually, I'll read the names of them so you don't have to look: 2-naphthylamine and 4-aminobiphenyl. Those two compounds are prohibited at any detectable concentration in the workplace if they come from an industrial product—no detectable concentration. The home is a workplace, and children are exposed to those two. Yet we have nothing on the package that reveals the nature of those two items.

La deuxième annexe, que je ne vous demanderai pas de regarder maintenant contient une liste de certains des éléments présents dans la fumée de cigarette. J'attire toutefois votre attention sur deux de ces éléments; en fait, je vais vous lire le nom pour que nous n'ayez pas à regarder le document: 2-naphthylamine et 4-aminobiphényle. Ces deux éléments sont interdits en milieu de travail, dans des concentrations détectables, s'ils sont contenus dans un produit industriel. Or, la maison est un lieu de travail et les enfants y sont exposés à ces deux substances. Pourtant, il n'y a rien sur le paquet qui révèle la nature de ces substances.

The extensive damage done by tobacco is totally incongruous with this magnificent packaging. You have to admire this packaging. The damage done to Canadians, to your constituents, by this product is incongruous with this packaging. This packaging is ambivalent, just as this committee is ambivalent, just as society is ambivalent. It is time to get rid of the ambivalence and to tell the consumer what this is.

Les torts énormes causés par le tabac sont sans rapport avec ces merveilleux emballages: il faut bien les admirer. Les dommages que ce produit cause aux Canadiens, à vos commettants, sont incompatibles avec cet emballage, qui est ambivalent, tout comme le Comité, tout comme la société. Il est temps de résoudre cette ambivalence et de dire les choses comme elles sont.

It is your mandate and your obligation to counter this epidemic by requiring the tobacco industry to radically change its packaging to a form that dissuades and discourages use of the product. Thank you very much.

Vous avez le mandat et l'obligation de lutter contre cette épidémie en obligeant l'industrie du tabac à changer complètement ses emballages afin d'adopter un style dissuasif, qui décourage l'utilisation du produit. Merci beaucoup.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): We have 10 minutes left. Mr. de Savoie.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Nous avons encore 10 minutes. Monsieur de Savoie.

M. de Savoie: Monsieur Bass, vous avez certainement le droit, sinon le devoir, de faire des remontrances à ce Comité si vous le jugez à propos. Toutefois, étant donné que vous nous parlez d'hésitation, je voudrais vous faire remarquer que c'est à vous de nous démontrer aussi vigoureusement que possible que l'empaquetage banalisé est la bonne chose à faire pour réduire à long terme la consommation de tabac.

Mr. de Savoie: Mr. Bass, you certainly have the right, if not the duty, to chastise the Committee if you think it is in order. However, since you are talking about ambivalence, I would like to point out that it is up to you to demonstrate as strongly as possible, that plain packaging is the best thing to do to reduce smoking in the long-term.

• 1115

Je siège à ce Comité, et mon gros bon sens, tout comme votre gros bon sens, me dit que la banalisation de l'empaquetage devrait réduire l'attrait de la cigarette pour le consommateur, mais il n'en reste pas moins que je n'ai pas entendu qui que ce soit nous faire la preuve de ceci de manière vigoureuse et rigoureuse.

As a member of the Committee, common sense is telling me, as it is telling you, that plain packaging should make cigarettes less attractive to the consumers, but the fact is that I have heard nothing absolutely conclusive about that.

Cela dit, j'ai apprécié que vous nous parliez dans votre présentation du concept de l'empaquetage dissuasif. Cependant, c'est une approche qui me semble négative. Que penseriez-vous d'un emballage éducatif, qui informerait positivement le consommateur des dangers de la cigarette? Je parle d'un empaquetage banalisé mais éducatif. J'aimerais avoir votre commentaire là-dessus.

Having said that, I found your idea of dissuasive packaging quite interesting. However, it seems to me this is quite a negative approach. What would you think about educational packaging, with positive information to the consumers about the health threats associated with cigarette smoking? I am talking about plain but educational packaging. I would like to have your feeling about that.

Dr. Bass: I do want to say I have two doctorates, and one of them comes from a thesis at Johns Hopkins in which I looked at the amount of medical care use attributable to smoking. So I have been at this a long time.

Dr Bass: Je détiens deux doctorats et j'ai obtenu un de ces diplômes grâce à une thèse présentée à John Hopkins sur la quantité de soins médicaux attribuables au tabagisme. Il y a donc très longtemps que je m'intéresse à cette question.

[Texte]

I think it is important to recognize the ambivalence society has had. One of the characteristics of epidemics, especially ones that involve behaviour, is to say we must educate. When we know we can make regulations and laws that will affect the agent of the epidemic rather than try to educate the host, and when we have effective means of doing so, we have made some of the greatest strides. When we chlorinate, or purify, water—chlorinate is a bad word sometimes these days—we do better than when we try to educate people to boil water. When we require bicycle helmets we do better than to educate about bicycle helmets. There are a number of situations where doing something with the agent is much more potent than trying to educate people.

I promised I had a study that talks about ways of lowering the prevalence of smoking. School-based education is mentioned but unfortunately is not one of the leading approaches. There are three leading approaches besides price and getting rid of promotion and advertising. The first one Mrs. Ur mentioned before—spontaneous publicity, such as is occurring now. Second is paid advertising. I'm afraid I have to disagree with my predecessor, who said paid advertising didn't work; I don't think we have that evidence yet. Third is brief advice by physicians. I'll give you that paper.

Education does not change behaviour. One of the things I see again and again is youngsters, who were taught at a young age and who believed and stated tobacco was harmful, becoming addicted to tobacco at the age of 14.

So I would stay with the word "dissuasive".

Thank you.

• 1120

Mr. Scott: Thank you. That's an interesting presentation.

Sometimes when one has an objective it doesn't always have the effect that was intended. Consequently I think you're mistaking our desire to make the right decision for ambivalence in terms of the magnitude of the problem. I'm sure, for instance, you thought by challenging my interest in this it would have the effect of shaking my ambivalence and causing me to take your position. I'm not sure it had that effect.

As an example of a real case, in my community people started smoking because of the availability of \$2-a-pack cigarettes due to tax increases. If those taxes had not been increased then those cigarettes might not have been available and therefore those people would not have started smoking. Nobody anticipated that.

In advance of those decisions, the common sense you would have us appeal to would have said if you increased the price of cigarettes then the amount of smoking would diminish. I don't think anybody anticipated what happened—this huge black

[Traduction]

Je pense qu'il est important de reconnaître l'ambivalence de la société à ce sujet. Quand nous sommes en présence d'une épidémie, surtout quand elle met en cause les comportements, nous disons toujours qu'il faut informer, éduquer. Mais quand nous savions que nous pouvions adopter des lois et des règlements visant l'agent de l'épidémie plutôt que d'essayer d'éduquer l'hôte, et quand nous avons eu des moyens efficaces de le faire, c'est là que nous avons réalisé les progrès les plus importants. Quand nous mettons du chlore dans l'eau, ou que nous la purifions—puisque le chlore n'est pas toujours très bien vu de nos jours—nous obtenons de meilleurs résultats que quand nous essayons de dire aux gens de faire bouillir leur eau. Quand nous obligeons les cyclistes à porter un casque, nous réussissons mieux que si nous tentions simplement de les sensibiliser à la question. Il y a un certain nombre de cas où il est beaucoup plus efficace de faire quelque chose au sujet de l'agent que d'essayer d'éduquer les gens.

Je vous avais promis une étude au sujet des moyens de réduire le tabagisme. L'éducation en milieu scolaire y est mentionnée, mais ce n'est malheureusement pas une des principales approches. Il y a trois grandes approches proposées, à part les prix et l'interdiction visant la promotion et la publicité. Madame Ur a déjà mentionné la première; il s'agit de la publicité spontanée, comme celle qui se produit actuellement. La deuxième, c'est celle de la publicité payée. J'ai bien peur de ne pas être d'accord avec mon prédécesseur, qui a affirmé que la publicité payée ne fonctionne pas; je ne pense pas que nous ayons pour le moment de preuves en ce sens. La troisième approche, ce sont les conseils des médecins. Je vais vous transmettre ce document.

L'éducation ne modifie pas les comportements. Je rencontre constamment des jeunes qui ont appris très tôt que le tabac était nocif, qui le croyaient et qui l'affirmaient eux-mêmes, mais qui sont déjà accoutumés au tabac à l'âge de 14 ans.

Donc, je m'en tiens au terme «dissuasion».

Merci.

M. Scott: Merci. Voilà une présentation intéressante.

Il arrive parfois que l'objectif visé ne débouche pas toujours sur les effets voulus. C'est pourquoi je pense que vous avez pris notre volonté de prendre la bonne décision pour de l'ambivalence à propos de l'amplitude du problème. Je suis sûr par exemple que vous avez pensé qu'en me confrontant, vous alliez mettre fin à mes hésitations et me forcer à adopter votre position. Je ne suis pas sûr que ce soit l'effet produit.

Je vais vous donner un exemple réel. Dans mon coin, les gens ont commencé à fumer parce qu'ils pouvaient acheter des paquets de cigarettes à 2\$ en raison de l'augmentation des taxes. Si ces taxes n'avaient pas été augmentées, ces cigarettes n'auraient pas été disponibles et, par conséquent, ces gens-là n'auraient pas commencé à fumer. Personne n'avait prévu ce phénomène.

Avant que nous ne prenions ces décisions, le bon sens dont vous voulez que nous fassions preuve nous aurait laissé penser qu'en augmentant le prix des cigarettes, la consommation de tabac aurait diminuée. Je ne pense pas que quiconque ait prévu

[Text]

market in cigarettes. I don't think anyone had in mind that would be the result. We're trying as a group to avoid making decisions that would work against our objective, which is to diminish cigarette consumption in the country.

I just want you to understand our position as well.

Dr. Bass: I agree and respect that you have to look at whether you're going to get unintended consequences—the opposite of what you want. I agree with that. I would like to hear some unintended consequences of dissuasive packaging. I would love to hear some. I have not heard them.

I would also say you could have gotten rid of \$2 packages of cigarettes by other means. For example, I was vigorously sending messages from Vancouver to here saying that reinstating the export tax would have done so. In fact Jacques Parizeau suggested putting the export tax on it right at the factory. Because of brand loyalty, that would not have increased the number of kids smoking. The number of cigarettes coming into this country would have gone way down because they would not have been Canadian cigarettes.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I'd ask Dr. Patry to pose his question, please.

Mr. Patry: Docteur Bass, je n'ai pas de questions. J'aimerais simplement faire un commentaire. Comme vous, je suis médecin, et probablement depuis plus longtemps que vous. Comme tous mes collègues, je suis très soucieux des effets extrêmement nocifs de la cigarette.

Cependant, ce matin, je me dois de réfuter ce que vous avez dit au sujet du «Comité de l'hésitation». Si nous sommes réunis ici, c'est qu'il y a une volonté très ferme et soutenue de tous les partis politiques au Canada, que ce soit au fédéral ou au provincial, de diminuer le nombre de fumeurs et surtout de dissuader les jeunes de commencer à fumer.

Vous avez aussi parlé du manque de courage de notre Comité. Vous l'avez appelé le «Comité de l'ambivalence». C'est vraiment présumer très hâtivement des conclusions de notre Comité.

C'est le seul commentaire que j'avais à faire. Merci, monsieur le président.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you, Dr. Patry.

Dr. Bass: May I respond to that?

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Because I have a similar comment, I'll give you the last word.

I think it is unfair for you to say this is a committee of hesitation. You may just be wanting to play with words.

The intensity with which committee members have probed witnesses is evident testimony the committee members are not hesitating at all. In addition, the intensity of the probing does not in any way reflect necessarily the final position of the committee, which we are about to discuss after all the witnesses have been heard.

[Translation]

ce qui s'est passé—cet énorme marché noir des cigarettes. Je pense que personne ne pouvait imaginer que ce serait le résultat de cette décision. Notre comité, ici réuni, essaie d'éviter de prendre des décisions contraires à notre objectif, qui est de diminuer la consommation de cigarettes dans le pays.

Je veux simplement que vous compreniez bien notre position.

Dr Bass: Je suis d'accord avec vous et je comprends que vous devez vous demander si tout cela n'aura pas des conséquences imprévues—le contraire de ce que vous souhaitez. Je suis d'accord. J'aimerais bien savoir quelles conséquences imprévues aurait un emballage dissuasif. J'aimerais bien que l'on m'en cite. Personne ne l'a encore fait.

Je dirais également que vous auriez pu vous débarrasser des paquets de 2\$ par d'autres moyens. Par exemple, j'envoyais régulièrement des messages de Vancouver à ici pour dire qu'en réinstaurant la taxe sur les exportations, on arriverait à ce résultat. En fait, Jacques Parizeau a même suggéré que l'on impose la taxe sur les exportations dès la sortie de l'usine. Étant donné le facteur de loyauté envers la marque, cela n'aurait pas occasionné une augmentation du nombre des enfants qui commencent à fumer. Le nombre de cigarettes qui entrent dans le pays aurait considérablement diminué, car il ne ce serait pas agi de cigarettes canadiennes.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je vais demander au Dr Patry de poser sa question.

Mr. Patry: Dr. Bass, I don't have any questions only one comment. Like you, I am a doctor, and probably have been for a longer time than you. Like all my colleagues, the extremely negative effects of cigarettes worries me.

However, this morning, I must object to what you have said on the "hesitation committee". If we are assembled here, it is because there is a very strong will on the part of all the political parties in Canada, either at the federal or at the provincial level, to diminish the number of smokers and mainly to discourage young people from beginning to smoke.

You talked also about the lack of courage of our committee. You called it the committee of ambivalence. It is presuming a bit too quickly on the what the decision made by our committee will be.

It is the only comment I wanted to make. Thank you Mr. Chairman.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci, docteur Patry.

Dr Bass: Puis-je répondre?

Le vice-président (M. Pagtakhan): Étant donné que j'ai le même commentaire à faire, je vous donnerai la parole en dernier.

Je pense qu'il est injuste de votre part de dire que nous sommes le Comité de l'hésitation. Peut-être voulez-vous simplement jouer avec les mots.

L'intensité avec laquelle les membres du Comité ont interrogé les témoins est la preuve évidente qu'ils n'ont aucune hésitation. Par ailleurs, l'intensité des questions ne reflète en aucune façon la position qu'adoptera en définitive le Comité et dont nous allons parlé une fois que nous aurons entendu tous les témoins.

[Texte]

I think on that note certainly committee members took issue with your statement. I think it's a fair sign we are in a democratic society that witnesses can say what they like to say but committee members equally can evince their sentiments as forcefully as possible.

Would you like to make your last comment, Dr. Bass?

• 1125

Dr. Bass: Yes. I want to make it clear that I think society is very ambivalent. I think that's reflected in the packaging and in the fact that we have allowed a toxic addictive product to persist for three decades after the best minds in medicine and in health have said that this industry's product is killing its customer.

I don't expect this committee to not reflect society, but I would invite this committee to lead society out of its addiction to this product.

Thanks very much.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you for your presentation. We would like to call up the next witnesses, from the Packaging Association of Canada, Mr. Allan Robinson, Mr. Steven Coulson, and Mr. Lawrence Dworkin.

Would you please proceed with your presentation?

Mr. Steven Coulson (Chairman, Packaging Association of Canada): Thank you, Mr. Chairman, and good morning. My name is Steve Coulson. I am the chairman of the Packaging Association of Canada. With me this morning are Mr. Allan Robinson, president of the association, and Mr. Larry Dworkin, our government affairs specialist.

The Packaging Association of Canada represents more than 800 corporate and 1,200 associate members from across Canada. We're not here to dispute the government's initiative to reduce smoking. Rather, we are here to provide you with meaningful information that can help you reach an educated conclusion.

It would be fair to say that, for this presentation, we have been under some pressure to include representatives from our members, their unions, and local politicians as part of our delegation here today. Doing so would not advance the process of providing you with the type of information your committee requires. To this end, I would now like to call upon Mr. Robinson to present our submission.

Mr. Allan Robinson (President, Packaging Association of Canada): Mr. Chairman and members, this association represents all aspects of the Canadian packaging industry, from the people who supply the raw materials, such as glass, plastics, metals, paper products and laminates to packaging manufacturers, printers, and designers, as well as consumer, industrial, commercial and institutional end users.

Our industry generates annual sales of more than \$12 billion, of which \$2 billion is directly exported. We directly employ 60,000 people, with thousands more at jobs related in other industries. There are approximately 1,200 packaging jobs directly related to supplying the tobacco industry.

[Traduction]

Je pense que sur ce point, certainement, les membres du Comité se sont élevés contre votre déclaration. Nous pouvons dire que nous vivons dans une société démocratique quand les témoins peuvent dire tout ce qu'ils veulent, mais que les membres du comité peuvent également énoncer leurs sentiments avec toute la vigueur nécessaire.

Voudriez-vous faire votre dernier commentaire, docteur Bass?

Dr Bass: Oui. Je veux qu'il soit bien clair que, selon moi, la société est très ambivalente. Je pense que l'emballage des cigarettes en témoigne, de même que le fait que nous ayons permis à un produit toxique qui crée une dépendance de continuer d'être vendu pendant trois décennies après que les grands chercheurs en médecine et dans le domaine de la santé ont déclaré que ce produit tue.

Je ne m'attends pas à ce que ce Comité soit très différent de la société, mais je vous invite à faire en sorte que la société mette fin à sa dépendance à l'égard de ce produit.

Merci beaucoup.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci de votre présentation. Nous appelons les témoins suivants, qui sont membres de l'Association canadienne de l'emballage, MM. Allan Robinson, Steven Coulson et Lawrence Dworkin.

Vous avez la parole.

M. Steven Coulson (président, Association canadienne de l'emballage): Merci monsieur le président et bonjour. Je m'appelle Steve Coulson. Je suis président de l'Association canadienne de l'emballage. Je suis accompagné ce matin de M. Allan Robinson, président de l'association et de M. Larry Dworkin, notre spécialiste des affaires gouvernementales.

L'Association canadienne de l'emballage représente plus de 800 sociétés et 1 200 membres associés dans tout le Canada. Nous ne sommes pas ici pour contester l'initiative du gouvernement visant à réduire la consommation du tabac. Nous sommes plutôt ici pour vous donner des renseignements utiles qui pourraient vous aider à prendre des décisions informées.

Il convient de préciser que nous avons été l'objet de certaines pressions avant cette présentation, afin que nous incluions dans notre délégation des représentants de nos membres, de leurs syndicats et des hommes politiques locaux. Cela n'aurait pas contribué à vous donner le type de renseignements dont votre Comité a besoin. Pour ce faire, j'aimerais appeler maintenant M. Robinson qui présentera notre mémoire.

M. Allan Robinson (président, Association canadienne de l'emballage): Monsieur le président et membres du Comité, l'association représente tous les secteurs de l'industrie canadienne de l'emballage, des fournisseurs de matières premières, comme le verre, le plastique, le métal, les produits du papier et les laminés, aux utilisateurs que sont les consommateurs, les industries, les commerces et les institutions, en passant par les fabricants d'emballage, les imprimeurs et les concepteurs.

Le chiffre d'affaire annuel de notre industrie dépasse les 12 milliards de dollars, dont deux milliards au titre des exportations. Nous employons directement 60 000 personnes et nous générerons des milliers d'autres emplois dans les industries connexes. Environ 1 200 emplois relèvent directement de l'industrie du tabac.

[Text]

Mr. Chairman, the Packaging Association of Canada has a number of serious concerns with proposals to impose the use of generic or plain packaging on the tobacco industry. First, as you've heard earlier this morning, we are dealing with a package for a product that is legally sold in Canada. Yet it's being recommended that a precedent be set to use packaging to restrict trade of this legal product.

In our opinion, this is a very dangerous precedent, restricting freedom of commercial speech. In the future, on a political whim, such precedent could be used against other product groups in support of people who do not approve of those products.

In our business, before we make changes to packaging we undertake thorough testing and research to determine the impact of those changes. This includes sampling at least 1,500 people on a regional and demographic basis, and test marketing on focused groups, to name a few. This approach makes good sense to us.

In your business, too—that of providing leadership for the country—all aspects of an issue must be carefully considered, as the acting chairman noted just a few moments ago. You don't just alter the structure of a legal business on a whim or notion based on very questionable and limited research.

• 1130

Everybody has had a shot at common sense this morning. I see no reason why we should be excluded from that. Canadians will want a sound, commonsensical approach taken by government on this issue, particularly given the contradictory evidence that's been presented to this committee.

Based on a number of expert opinions, there is considerable doubt whether generic packaging will reduce smoking among existing smokers or discourage new ones. In our opinion, the product should not be subjected to this further discriminatory packaging regulation at this time.

During the past few years tobacco manufacturers and their suppliers have been compelled to comply with a number of escalating restrictive labelling regulations and initiatives. In 1989 manufacturers were required to put warning labels on all cigarette packaging, ending a voluntary program in this country. Within the next month or so, to comply with phase two of Bill C-51, the cigarette companies are not only increasing the size of the warning message, but it will be boldly displayed at the top of the package itself. This latest regulatory change, even though it has yet to reach the marketplace and have its effect judged, has already cost our industry \$30 million. Common sense and good business practice would dictate that before introducing any further packaging changes, the effect of this regulation should be properly tested in the consumer market.

If the issue before your committee is to discourage new smokers, you are facing an attitudinal and behavioural problem. This type of behavioural problem is better affected through education, in our belief, than through advertising or package labelling.

[Translation]

Monsieur le président, l'Association canadienne de l'emballage est très préoccupée par les propositions qui visent à imposer un emballage banalisé pour les produits du tabac. En premier lieu, comme vous l'avez entendu plus tôt ce matin, nous parlons ici d'un produit dont la vente est légale au Canada. Certaines personnes recommandent néanmoins que l'on crée un précédent en imposant un emballage dont le but est de limiter la vente de ce produit légal.

À notre avis, c'est un précédent dangereux qui entraverait la liberté d'expression commerciale. Dans l'avenir, sur un simple caprice, les politiciens pourraient utiliser un tel précédent contre d'autres groupes de produits en vue de satisfaire des gens qui n'approuvent pas les produits en question.

Dans notre secteur d'activité, avant de modifier les emballages, nous procédons à des recherches et à des essais approfondis afin de déterminer l'incidence des modifications envisagées. Par exemple, nous sélectionnons un échantillonnage d'au moins 1 500 personnes selon des critères régionaux et démographiques, nous procédons à des essais de mise en marché et constituent des groupes de consultation. C'est une approche sensée.

Dans votre secteur d'activité, c'est-à-dire l'administration de notre pays, vous devez aussi d'examiner attentivement tous les aspects des questions qui vous sont soumises, comme le président suppléant l'a fait remarquer il y a quelques minutes. Vous ne pouvez pas modifier la structure d'un commerce légal sur un simple coup de tête ou pour appliquer une théorie qui s'appuie sur une recherche très controversée et limitée.

• 1130

Tout le monde a parlé de bon sens ce matin. Je ne vois aucune raison pour laquelle nous devrions être exclus de ce processus. Les Canadiens exigeront que le gouvernement adopte une attitude logique face à cette question, surtout s'il tient compte des opinions contradictoires émises devant le Comité.

D'après de nombreux experts, il est loin d'être certain que la banalisation des produits du tabac réduira la consommation chez les fumeurs à l'heure actuelle ou découragera d'autres personnes de commencer à fumer. Selon nous, ce produit ne doit pas faire l'objet d'autres règlements discriminatoires en matière d'emballage pour l'instant.

Au cours des dernières années, les fabricants de produits du tabac et leurs fournisseurs d'emballage ont été forcés de se plier à de nombreux règlement de plus en plus restrictifs en matière d'étiquetage. En 1989, on les a obligé à publier un avertissement sur tous les paquets de cigarettes, ce qui a mis fin au programme de volontariat entrepris dans ce sens. D'ici un mois environ, pour se conformer à la phase deux du projet de loi C-51, les compagnies de cigarettes vont augmenter le format du message d'avertissement, mais elles devront l'afficher bien en évidence en haut du paquet. Cette dernière modification du règlement a déjà coûté 30 millions de dollars à l'industrie, avant même d'avoir touché les consommateurs. En vertu du bon sens et des pratiques commerciales saines, il faudrait que l'on examine de près l'incidence de cette réglementation sur les consommateurs avant de modifier de nouveau l'emballage.

Si le problème que votre Comité doit régler consiste à trouver un moyen d'inciter les non-fumeurs à ne pas commencer, il s'agit d'un problème de comportement. L'éducation est plus efficace que la publicité ou l'étiquetage pour influer sur ce type de comportement.

[Texte]

Let me give you a concrete and specific example. A few years ago our association was involved with an information council on beverage alcohol. That was an industry organization established to foster responsible attitudes towards beverage alcohol consumption among young people.

Studies concluded that while mass advertising campaigns provided information and recognition about issues such as drinking and driving, they did little to deter people from drinking irresponsibly. Since much of the decision to drink stemmed from peer pressure, the answer to attitudinal change lay within the peer group itself.

This program involved funding of numerous projects such as plays, informational sessions presented by community-based groups across Canada, including student and professional teacher organizations, and its success has been heralded across Canada. So while the packaging may influence such things as brand loyalty, it will not change the basic attitudes toward eating, drinking or smoking.

This contention is supported. . .

Mr. Szabo: Mr. Chair, it took 45 seconds to read page six. We still have another 12 pages to read, which means it will leave about 10 minutes of this entire session for questions. I can assure you that the value of the dialogue between the questions is going to be far more.

You can continue to read it and rush us through five minutes of questions, or you can get to the important points that you really want to make and, rather than ramming through it, give us your professional rationale here. Let's talk.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): You have a choice. You can continue to proceed, as has been indicated. If there is no time left for questioning, we will terminate the session with you at the end of the half hour quota.

Mr. Robinson: Mr. Chairman, I've never been a great fan of reading in these committees anyway, or reading through the brief, so I have no difficulty in abandoning it, as you all have it as background.

The points we make are pretty substantial and I think reasonably easy to grasp within the brief. We have studies, the background for which Mr. Dworkin is prepared to make available to the committee, that support the evidence—good academic evidence, scientific evidence—that there is not a direct linkage or a positive effect between the style of a package, the nature of a package, and its effect on new smokers or on reducing an existing smoking community.

We have evidence—and we will provide it through committee now in fact and by way not so much of demonstration, but just to hand around some packages for you to look at, if I can just pull a couple of these out. You may have seen these already. I have two sets of these, so with your permission I'll just send them in either direction. These, of course, are the new Canadian packages that have the very significant warning labels, the contrasting print on those.

[Traduction]

Laissez-moi vous donner un exemple concret et précis. Il y a quelques années, notre association a travaillé de concert avec un conseil d'information sur les boissons alcoolisées au Canada. Il s'agissait d'un organisme mis sur pied pour encourager chez les jeunes une attitude responsable vis-à-vis de la consommation de boissons alcoolisées.

Certaines études ont révélé que les campagnes publicitaires de masse, même si elles informent au sujet de problèmes comme la conduite en état d'ébriété, ne sont pas très efficaces pour inciter les gens à ne pas boire démesurément. Étant donné que la décision de boire est en grande partie causée par les pressions exercées par l'entourage, la réponse au changement d'attitude se trouve au sein même de cet entourage.

Le programme prévoyait le financement de nombreux projets, comme des jeux et des séances d'information présentés à l'échelle du Canada par des groupes communautaires, notamment des organisations d'étudiants et d'enseignants. Son succès a été annoncé dans tout le pays. Donc si l'emballage peut avoir une incidence sur des aspects comme la loyauté des acheteurs envers une marque, il ne transformera pas les comportements de base à l'égard des aliments, de l'alcool ou du tabac.

Nous appuyons ce point de vue. . .

M. Szabo: Monsieur le président, il a fallu 45 secondes pour lire la page 6. Nous avons encore 12 pages à lire, c'est-à-dire qu'il restera à peu près 10 minutes pour les questions. Je peux vous assurer que la valeur du dialogue entre les questions sera beaucoup plus importante.

Vous pouvez continuer de lire et de nous presser pour une période de questions de cinq minutes, ou vous pouvez aborder les points importants que vous voulez réellement souligner, et plutôt que de passer à toute vitesse, donnez-nous votre justification professionnelle. Parlons.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Vous avez le choix. Vous pouvez continuer, comme on vient de le dire, s'il y a suffisamment de temps pour les questions, nous terminerons la séance avec vous à la fin de la demi-heure.

M. Robinson: Monsieur le président, je n'aime pas tellement lire des mémoires devant des comités de toute façon, c'est pourquoi je n'ai pas d'objection à abandonner cette lecture, puisque vous avez le mémoire en main.

Les arguments que nous avançons sont bien étayés et je pense raisonnablement faciles à comprendre. Des études, dont M. Dworkin est prêt à fournir au Comité les données de base, montrent bien—que ce soit au niveau universitaire que scientifique—qu'il n'existe pas de liens directs ni d'effet positif entre le style ou la nature de l'emballage et ses effets sur les nouveaux fumeurs ou sur la réduction du nombre de fumeurs actuels.

Nous avons des preuves et nous allons vous les fournir non pas tant par une démonstration, mais simplement en vous passant quelques paquets que vous pourrez regarder, si je peux les sortir d'ici. Peut-être les avez-vous déjà vus. J'en ai deux séries, c'est pourquoi avec votre permission, je les envoyer dans les deux directions. Il s'agit bien entendu des nouveaux emballages canadiens qui comportent les très importantes mises en garde et l'impression contrastée sur ceux-ci.

[Text]

On current German packaging there is a warning that you will see. The print is in low contrast. The print size is very small, again, for comparison, and I'll make the point of the comparison in a moment, with your indulgence, Mr. Chairman.

The Italian is the same thing. The message may be on the front, but again it doesn't bear any particularly striking contrast with the package itself.

U.S. packaging, as you know, takes a different approach and has a third-party warning on it, where you're to rely on the advice of the Surgeon General rather than on some specific packaging statement or hazard statement itself. Also, the packaging has different messages.

The actual impact of the following message is one I frankly have some difficulty understanding, unless you have other information. The Surgeon General's warning on the package shown is that "Cigarette smoke contains carbon monoxide". I'm sure that's a threat, but it doesn't seem directly related to some of the health concerns we've seen here this morning.

Frankly, Mr. Chairman, it goes on from there, with French examples, German examples, and Italian examples.

The point of all this is that under phase two of Bill C-51 Canada has far and away both the most obvious and most significant warnings of any cigarette packaging anywhere in compatible societies.

We have the study with us to share with you today on statistics taken between the early 1980s and the early 1990s, which indicate that across the countries I've mentioned, i.e., Canada, the U.S., Great Britain, France, Germany and Italy, the rate of decline in smoking per capita, based on whatever empirical evidence is available, is between 8% and 10% across the board, country by country.

While Canada now has a more aggressive warning campaign than any other, I think the package itself is going to speak to the issue through phase two. There should be an appropriate opportunity for evaluation of the results of that \$30 million campaign before there are even more strident or perhaps draconian attempts or recommendations from this committee to do yet something else.

We mentioned common sense a few minutes ago, and it certainly seems prudent to me that we need to have some measure of the evidence. The studies say that packaging does not influence the decision of young people to become smokers.

As an aside, I was interested when the professor who was on earlier was showing you a package of Player's cigarettes. At the risk of offending my member, who may make Player's cigarettes, I have four teenagers at home and haven't yet found one of those four teenagers who was overly attracted to the image of a 19th century sailor and the words "Navy Cut" on the package. Of all the things that attract them, I haven't really found that to be one. So I'm not sure what influence that image would have.

Mr. Chairman, I'm prepared to end my presentation there, fully of the belief that the committee will have read our background document, and, on behalf of my colleagues, entertain your questions.

[Translation]

Sur les paquets allemands actuels, on a une mise en garde que vous allez voir. L'impression est faiblement contrastée. La taille des lettres est très petite, à titre de comparaison, et je reviendrai sur la comparaison, si vous le permettez, monsieur le président.

Il en est de même pour l'emballage italien. Le message peut se trouver sur le devant du paquet mais, là encore, il ne constitue pas un contraste particulièrement marqué avec le reste.

• 1135

Comme vous le savez, pour l'emballage américain, l'approche est différente, puisqu'il comporte la mise en garde d'une tierce partie. Vous avez à lire le conseil du chef des services de santé américain plutôt que une déclaration spécifique ou un avertissement sur les dangers de la cigarette. Par ailleurs, l'emballage comporte des messages différents.

L'impact réel du message suivant me laisse je dois dire, quelque peu perplexe, à moins d'avoir d'autres renseignements. L'avertissement sur ce paquet dit que «la fumée de cigarette contient de l'oxyde de carbone». Je suis sûr qu'il s'agit d'une menace, mais qui ne semble pas directement reliée à certaines des préoccupations relatives à la santé dont nous avons parlées ce matin.

Franchement, monsieur le président, je pourrais continuer avec des exemples français, allemands et italiens.

Ce que je veux vous montrer, c'est qu'en vertu de la phase II du projet de loi C-51, le Canada a de loin les mises en garde les plus visibles et les plus évidentes de toutes celles que l'on peut trouver sur les paquets de cigarettes dans des sociétés analogues.

Nous avons ici l'étude sur les statistiques établies entre le début des années quatre-vingt et le début des années quatre-vingt-dix qui indiquent que, dans les pays dont j'ai parlés, c'est—à-dire le Canada, les Etats-Unis, la Grande-Bretagne, la France, l'Allemagne et l'Italie, le taux de déclin de l'usage du tabac par habitant, d'après les preuves empiriques dont on peut disposer, se situe entre 8 et 10 p. 100 en général, pays par pays.

Bien que le Canada ait la campagne d'avertissement la plus dynamique, je pense que l'emballage lui-même jouera son rôle lors de la phase II. Il serait bon d'évaluer les résultats de cette campagne de 30 millions de dollars avant de se lancer dans des tentatives encore plus vigoureuses ou même draconiennes ou avant que ce comité ne recommande d'adopter autre chose.

Nous avons parlé il y a quelques minutes de bon sens et il semble effectivement prudent de procéder à une évaluation des preuves déjà réunies. Les études indiquent que l'emballage n'influence pas les jeunes dans leur décision de commencer à fumer.

Entre parenthèses, j'étais très intéressé par le professeur qui vous a montré tout à l'heure un paquet de cigarettes Player's. Au risque de vexer ce membre de l'association, qui peut faire des cigarettes Player's, j'ai quatre adolescents à la maison et il n'y en a pas encore un seul qui se soit montré particulièrement attiré par l'image d'un marin du 19^e siècle et par les mots «Navy Cut» sur l'emballage. De tout ce qui peut les attirer, je ne pense pas que cette image en fasse partie. Donc, je ne vois pas quelle influence cette image pourrait avoir.

Monsieur le président, je suis prêt à mettre fin à ma présentation, pleinement convaincu que le Comité aura lu notre document. Au nom de mes collègues, je suis prêt à répondre à vos questions.

[Texte]

Mme Picard: Monsieur Robinson, j'ai lu votre rapport et je ne le trouve pas très respectueux envers notre Comité quand vous parlez d'un simple caprice ou d'un coup de tête.

Je voudrais aussi vous dire qu'en ce qui concerne la liberté d'expression, il y a peu d'autres pays dans le monde, sauf peut-être les États-Unis, qui respectent autant la liberté d'expression.

Vous nous dites à la fin:

Il serait indécent de votre part de mettre au chômage 1 200 Canadiens...

Est-il décent de collaborer à la vente des produits de tabac, qui sont la cause de mortalité numéro 1 au Canada? Je vous laisse sur cette question.

Mr. Robinson: I believe I lost the last part of the translation. But in response to the member, there was certainly no attempt on our part to claim that this committee was being whimsical in its approach.

We were concerned that in the absence of strong, decisive, or empirical evidence, any political notion, anywhere in a democratic society, may become notional and may become whimsical. It was not so much directed at the efforts of this committee as at the political process itself.

We argue in our recommendation that there be a very real opportunity through which we will fully cooperate to explore and define the kind of evidence I've heard everyone suggest, both on the committee and in the testimony this morning, to make sure an educated decision is well made. Certainly, there is no attempt on our part to suggest otherwise to the committee.

Mr. de Savoye: Certainly, we don't want to put 1,200 Canadians out of work. These people deserve to work and we will be very sensitive to that. On the other hand, since tobacco products kill that many people every 10 days, legally, you must understand that we are concerned about that, too.

I have a specific question for you, Mr. Robinson, and perhaps with your answer we can protect the public and protect the jobs. I'll put it to you in French, so if you have translation available...

[Traduction]

Mrs. Picard: Mr. Robinson, I read your report and I don't find it very respectful for our committee when you talk about simple whim.

I'd like also to say that concerning freedom of expression, there are not many countries in the world, except maybe the United States, that respect freedom of expression as much as we do.

At the end you say:

It would be obscene to put \$1,200 Canadians out of work on a whim...

Is it obscene to contribute to the sale of tobacco products that are the main cause of mortality in Canada? I leave you on that question.

M. Robinson: Je crois avoir perdu la dernière partie de la traduction. Mais j'aimerais répondre en disant que nous n'avons jamais voulu prétendre que le Comité agissait par simple caprice.

Notre inquiétude vient du fait qu'en l'absence de preuves suffisamment fortes, décisives ou empiriques, toute notion politique, dans n'importe quelle société démocratique, est susceptible de devenir capricieuse. Cela ne visait pas tant les efforts que déploie le Comité que le processus politique lui-même.

Dans notre recommandation, nous avançons que nous devrions avoir l'occasion de collaborer pleinement à l'étude et à la définition du genre de preuves qui ont été suggérées ce matin, à la fois de la part du Comité et dans les témoignages, de manière à pouvoir prendre une décision informée. Nous n'essayons certainement pas de suggérer quoique ce soit d'autre au Comité.

Mr. de Savoye: Nous ne voulons certainement pas mettre 1 200 Canadiens au chômage. Ces gens méritent de travailler et nous y sommes très sensibles. Par contre, dans la mesure où les produits du tabac tuent ce même nombre de gens tous les 10 jours, vous devez comprendre que cet aspect nous préoccupe également.

J'ai une question précise à vous poser, monsieur Robinson, et peut-être votre réponse permettra-t-elle de nous aider à protéger la population et les emplois. Je vais la poser en français, donc si la traduction est prête...

• 1140

Quelles caractéristiques minimales devrait avoir le paquet banalisé pour que les services des emballeurs ne soient pas remis en question?

Mr. Robinson: I think it's fair to say that tobacco packaging in this country, again, as you've heard earlier in the day, is almost an art form. There are very few consumer packages that by the natural market processes over a great number of years have risen to the same style and quality. I don't know of any other consumer product that's immediately, in a paper-board environment, using the multi-million dollars worth of equipment that is in this country that produces packaging—

Mr. de Savoye: May I intervene? We've met with Shorewood and others and it has been explained to us in much detail how complex and technically advanced all these things are.

What are the minimal characteristics plain packages need to have so that packagers will keep at work producing it?

M. Robinson: Je pense qu'il est juste de dire que l'emballage des produits du tabac dans ce pays, comme vous l'avez déjà entendu aujourd'hui, est pratiquement une forme d'art. Il y a très peu d'emballages de produits de consommation qui, de par les processus naturels du marché, en un grand nombre d'années, aient réussi à en arriver au même style et à la même qualité. Je ne connais pas d'autres produits de consommation qui, immédiatement, dans une industrie du carton qui utilise des millions de dollars d'équipement, permettent, dans ce pays, de produire des emballages...

Mr. de Savoye: Puis-je intervenir? Nous avons entendu Shorewood et d'autres nous expliquer très précisément à quel point tout cela est complexe et techniquement avancé.

[Text]

My question is very simple. What are the minimal characteristics a package needs to have so these people will be kept at work producing it, how many colours and so on?

Mr. Robinson: It's a very good question. I'm not sure there's an immediate, simple answer to it. The style of the process, the sophistication of the process, up to 10 colours, as Shorewood I'm sure also explained to you... it's not simply a matter of reducing colour down... Perhaps at seven colours people would stay employed, but I can't tell you that conclusively; perhaps at six, but I can certainly tell you it's more than three or four.

Mr. de Savoye: I was also told by Shorewood people that the fact this process reduces the odour and protects the contents in that fashion was one of the issues. You don't seem to address that.

Mr. Robinson: I can, certainly, because we're talking about a printing process called rotogravure, which is the highest speed, most expensive of the traditional or the contemporary printing processes available, through which there's the least amount of migration of inks or solvents into the product. My understanding is that only chocolate is more susceptible to migration than tobacco products, and that's why the printing needs to be so sophisticated to prevent that level of migration.

Mr. de Savoye: Mr. Robinson, could you supply this committee with an answer to my question of what are the specific minimum number of colours? If we have to move in that direction, I think your input in that fashion would be very helpful in saving those 1,200 jobs.

Mr. Robinson: Mr. Chairman, I'll be pleased to take that on and report back to the committee at a time you consider appropriate to your recommendations.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): At the earliest possible time.

Mr. Martin: There is no question, I think, for anybody sitting in this room of the destruction that tobacco wreaks on the lives of Canadians, the 38,000 people who die and the hundreds of thousands of individuals attached to those families whose lives are torn apart by the loss of a loved one. So I just ask you, is there a marketing or a packaging strategy to attract children or adolescents?

Mr. Robinson: In my opinion there is not.

Mr. Martin: How do you account for the presence of a character such as Joe Camel in the United States, which is decidedly a child-appealing character, attached to cigarettes?

Mr. Robinson: My specialty in being before the committee this morning, Mr. Chairman, has to do with the packaging. What the marketing strategies for the tobacco products may be is clearly beyond my expertise and I would be offering you no better an opinion than you likely have among yourselves.

Mr. Martin: I have an opinion on that. I'm wondering if any of you do.

[Translation]

Ma question est très simple. Quelles sont les caractéristiques minimales que doit avoir un paquet banalisé pour que les emballeurs continuent de le produire. Combien de couleurs doit-il comporter, etc.?

M. Robinson: C'est une très bonne question. Je ne suis pas sûr que j'ai une réponse immédiate et simple. Compte tenu du style du processus, de sa complexité, jusqu'à 10 couleurs, comme Shorewood vous l'a sûrement déjà expliqué... Il ne s'agit pas simplement de réduire le nombres de couleurs. Peut-être qu'à sept couleurs, les employés pourraient garder leur travail, mais je ne peux pas vous le dire de façon décisive. Peut-être est-ce à six mais je peux en tout cas vous dire que ce sera plus de trois ou quatre.

M. de Savoye: Shorewood nous a dit également que le fait que ce processus réduit l'odeur et protège le contenu de cette façon faisait partie du problème. Vous ne semblez pas vous attarder à cette question.

M. Robinson: Si, certainement, car nous parlons d'un processus d'impression appelé la rotogravure, qui est un des procédés d'impression contemporain ou traditionnel dont la vitesse est la plus élevée de même que le prix, avec lequel il y a le moins de migration des encres et des solvents dans le produit. Je crois comprendre que seul le chocolat est plus susceptible de cette migration que les produits du tabac et c'est pourquoi l'impression a besoin d'être aussi complexe pour éviter ce niveau de migration.

M. de Savoye: Monsieur Robinson, pourriez-vous donner une réponse à ma question sur le nombre minimum spécifique de couleurs? Si nous devons aller dans cette direction, je pense que ce que vous pourriez nous dire serait très utile pour sauver ces 1 200 emplois.

M. Robinson: Monsieur le président, je serais très heureux de trouver la réponse et de rendre compte au Comité au moment où vous le jugerez opportun pour vos recommandations.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Le plus rapidement possible.

M. Martin: Je pense que tous ceux qui siègent ici dans cette salle connaissent les dégâts que causent le tabac dans la vie des Canadiens, les 38 000 personnes qui meurent et les centaines de milliers d'autres dont les vies sont déchirées par la perte d'une personne aimée. C'est pourquoi je vous demande si il existe une stratégie de commercialisation ou d'emballage pour attirer les enfants ou les adolescents?

Mr. Robinson: À mon avis, je ne pense pas.

M. Martin: Comment expliquez-vous le lien qui est fait aux États-Unis entre le personnage de Joe Camel, qui est un personnage qui attire beaucoup les enfants, et les cigarettes?

M. Robinson: Monsieur le président, j'apparaîs devant le Comité ce matin en ma qualité de membre de l'industrie de l'emballage. Ce que peuvent être les stratégies de commercialisation des produits du tabac n'est clairement pas de ma compétence et je ne pourrais pas vous offrir une meilleure opinion que celle que vous pourriez avoir vous-même.

M. Martin: J'ai une opinion sur le sujet. Je me demande si vous en avez une aussi.

[Texte]

Mr. Robinson: Again, you're asking me about a marketing concept that doesn't relate to the packaging. It's my understanding at least that packaging doesn't carry that character. What the strategy behind that may be, I don't know. Packaging is not designed to attract children. I think the Player's example was a good one where the image that's on the package clearly has no contemporary currency.

Mr. Martin: You said you had evidence to link plain packaging with no change in consumption. Do you have those facts in studies with you?

Mr. Lawrence Dworkin (Consultant, Government Affairs, Packaging Association of Canada): I will leave a copy of those studies. There are about five or six studies, Mr. Chairman. In addition I recommend a two-decade psychological study, which was done in Germany, but has been translated into English by Reinhold Bergler. It includes a number of different universities. It's probably the bible on advertising and cigarette smoking. I strongly recommend the library get its hands on it. It is, as I said, about two decades' worth of work and it looks at almost every aspect of tobacco packaging, advertising, and consumption. It basically concludes, if I could:

...the effect of advertising on cigarette consumption as a whole is seen as a very minor one in adolescent eyes. Much more significance is attached to factors such as enjoyment, prestige, curiosity, boredom, habit, the need to do something with their hands, friends and social pressures, masculinity, nervousness...

In other words—

• 1145

Mr. Martin: Is this objective evidence, empirical and objective evidence, or from random—

Mr. Dworkin: These are based on the studies they have done. These are psychological studies.

Mr. Martin: These are clinical trials that have been done?

Mr. Dworkin: Yes, they're contained in here. That's why I strongly recommend this. It's a two-decade study.

Mr. Martin: Has there been any change in consumption with the change in advertising laws in this country that you are aware of?

Mr. Robinson: Again, Mr. Chairman, I think that's a question more likely addressed to one of the tobacco interests than to us.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Fair enough.

Mr. Scott: I have to challenge the... You have made all kinds of advertising and marketing observations in your paper in terms of its behavioural... this would have this effect, and this would have that effect. I am telling you, I would have a hard time telling a constituent I can't answer that question because I am not an expert. You are presenting yourselves in your brief in areas that are outside of packaging. I think you have some obligation to extend your arguments as we challenge them.

[Traduction]

M. Robinson: Là encore, vous me posez une question sur un concept de commercialisation qui n'a rien à voir avec l'emballage. Je sais en tout cas que le paquet ne porte pas ce personnage. Quant à la stratégie, je ne sais pas. L'emballage n'est pas conçu pour attirer les enfants. Je sais que l'exemple de Player's est bon dans la mesure où l'image est clairement une image non contemporaine.

M. Martin: Vous avez dit que vous avez des études qui montrent qu'il n'y a pas de lien entre l'emballage banalisé et le changement de la consommation. Avez-vous ces études avec vous?

M. Lawrence Dworkin (conseiller, Affaires gouvernementales, Association canadienne de l'emballage): Je vous laisserai un exemplaire de ces études. Il y en a cinq ou six, monsieur le président. En outre, je vous recommande une étude psychologique réalisée en Allemagne sur deux décennies. Elle a été traduite en anglais par Reinhold Burglar. Elle comprend des études d'un certain nombre d'universités. C'est certainement la bible en ce qui concerne la publicité et la cigarette. Je recommande fortement à la bibliothèque de l'obtenir. Comme je l'ai dit, c'est un travail qui s'étend sur deux décennies et qui examine presque tous les aspects de l'emballage, la publicité et la consommation du tabac. Voici ce qu'elle conclut essentiellement, si vous me le permettez:

L'effet de la publicité sur la consommation de cigarettes dans l'ensemble est considéré comme minime par les adolescents. On attache une importance beaucoup plus grande à des facteurs comme le plaisir, le prestige, la curiosité, l'ennui, les habitudes, le besoin de faire quelque chose avec ses mains, les amis et les pressions sociales, la masculinité, la nervosité.

Autrement dit...

M. Martin: S'agit-il d'une preuve objective, preuve empirique et objective, ou d'un échantillonnage aléatoire...

M. Dworkin: Ces données sont le résultat des études qu'ils ont réalisées. Il s'agit d'études psychologiques.

M. Martin: Y a-t-il eu des essais cliniques?

M. Dworkin: Oui, on les trouve dans ces études. C'est pourquoi j'en recommande fortement la lecture. C'est une étude menée sur 20 ans.

M. Martin: Savez-vous s'il y a eu modification de la consommation parallèlement à la modification des lois sur la publicité dans ce pays?

M. Robinson: Encore une fois, monsieur le président, je pense que c'est une question qui s'adresse davantage à l'un de nos industriels du tabac plutôt qu'à nous.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Vous avez raison.

M. Scott: Je dois contester... Vous avez fait toutes sortes d'observations en matière de publicité et de commercialisation dans votre mémoire en ce qui concerne le comportement... vous dites que cela aurait un effet ou un autre. Je dois vous dire que j'aurais beaucoup de mal à dire à mes commettants que je ne peux pas répondre à cette question parce que je ne suis pas un expert. Dans votre mémoire, vous vous présentez comme un expert dans d'autres domaines que l'emballage. Je pense que vous avez une certaine obligation à approfondir vos arguments si nous les contestons.

[Text]

A witness: As you wish.

Mr. Scott: I would assume that our changing warning labels and our changing packaging is probably good for your industry, isn't it? Doesn't it cause you to get increased business? Every time we make the packages change, don't packagers have to make new packages?

Mr. Robinson: No, not exactly, certainly not with a change of this nature. On a rotogravure printing process, with the exception that the presses will remain the same, all the ancillaries—including the very expensive cylinders, one that's required for each colour and each alteration on the package—is all new capital investment. It will have to be recapitalized in terms of cost over the life of that change.

Mr. Scott: The industry said \$30 million was the cost of the decision. Who do they pay that to?

Mr. Robinson: That is money spent within the industry to make those changes.

Mr. Scott: To whom? To you guys?

Mr. Robinson: Certainly within the packaging industry, spent by the tobacco—

Mr. Scott: The tobacco companies would have paid someone \$30 million. You said earlier that the decision cost us—you said collectively "us"—\$30 million.

Mr. Robinson: That's the amount of money that has been spent to make that change, yes.

Mr. Scott: Where did it go? It went to you guys.

Mr. Robinson: Some onshore, some offshore.

Mr. Scott: No, but the tobacco companies spent \$30 million to respond to changes.

Mr. Robinson: That's correct.

Mr. Scott: They paid printers, graphic designers, packagers to make—

Mr. Robinson: That amount of economic activity was conducted. If you're asking me if that was economic stimulation, yes, it was.

Mr. Scott: So the point is that it didn't cost us, it cost them.

Mr. Robinson: "Us" being the government, or "us" being—

Mr. Scott: "Us" being... it cost the tobacco industry \$30 million that they paid to the tobacco industry, if you include yourself in that industry.

Mr. Robinson: All right.

Mr. Scott: I just want to make the point that you can't have it both ways here.

Drawing upon some of the arguments that you put, I feel we're allowed to ask questions about your advertising expertise. Why does the industry spend so much money doing something that has no impact if we take away their ability to advertise?

I see this as simply an extension of legislation that was earlier designed to decrease consumption of tobacco. Certain elements have sort of bubbled up, the package, the sporting events, the theatre and so on. So in the spirit of the earlier legislation, we're trying to catch up with earlier intentions.

[Translation]

Un témoin: Comme vous voulez.

M. Scott: Je suppose que le changement des mises en garde et la modification de l'emballage sont probablement favorables à votre industrie, n'est-ce pas? Cela n'augmente-t-il pas vos activités? Chaque fois que nous demandons un changement d'emballage, les emballeurs n'ont-ils pas à faire de nouveaux paquets?

M. Robinson: Non, pas exactement, certainement pas pour un changement de cette nature. Pour le processus d'impression par rotogravure, à l'exception des presses qui restent les mêmes, tous les appareils auxiliaires—y compris les cylindres qui sont très chers, un pour chaque couleur et chaque modification du paquet—représentent un nouvel investissement. Ils devront être recapitalisés pendant tout le temps que dure ce changement.

M. Scott: L'industrie a dit que le coût de cette décision équivalait à 30 millions de dollars. À qui payent-ils cette somme?

M. Robinson: C'est l'argent qui est dépensé par l'industrie pour procéder à ces changements.

M. Scott: Versé à qui? À vous?

M. Robinson: Certainement au sein de l'industrie de l'emballage, l'argent dépensé par les compagnies de tabac...

M. Scott: Les compagnies de tabac auraient payé à quelqu'un 30 millions de dollars. Vous avez dit auparavant que la décision nous a coûté—vous avez dit un nous collectif—30 millions de dollars.

M. Robinson: C'est la somme qui a été dépensé pour réaliser ce changement, oui.

M. Scott: Où est allé cet argent? À vous.

M. Robinson: Si vous voulez.

M. Scott: Non, mais les compagnies de tabac ont dépensé 30 millions de dollars pour répondre à ces changements.

M. Robinson: C'est exact.

M. Scott: Elles ont payé les imprimeurs, les concepteurs graphiques, les emballeurs pour faire...

M. Robinson: Cette activité économique s'est effectivement produite. Si vous me demandez si cela a créé une stimulation économique, je répondrais que oui.

M. Scott: Donc cela ne nous a rien coûté, c'est eux qui ont payé.

M. Robinson: «Nous» étant le gouvernement, ou «nous» étant...

M. Scott: «Nous» étant... il en a coûté 30 millions de dollars à l'industrie du tabac, et cette somme a été payée à l'industrie du tabac, si vous vous comprenez dans cette industrie.

M. Robinson: D'accord.

M. Scott: Je veux simplement montrer que vous ne pouvez pas gagner sur tous les tableaux.

Si je m'en tiens à certains des arguments que vous avez avancés, je pense que nous avons le droit de poser des questions sur votre expertise en matière de publicité. Pourquoi l'industrie dépense-t-elle tant d'argent à faire quelque chose qui n'a aucune conséquence si on lui retire son aptitude à faire de la publicité?

Je n'y vois qu'une prolongation de la loi qui visait à diminuer la consommation du tabac. Certains éléments ont pris l'ampleur comme l'emballage, les événements sportifs, le théâtre. C'est donc dans l'esprit de la loi précédente que nous tentons de revenir sur les premières intentions.

[Texte]

It is being argued back to us that it won't have the effect. If stepping forward on our part wouldn't have the effect, why do they spend so much money sponsoring all of these things? In the event that they just do it because they are nice people, can we assume that we're still going to get the theatre supported after the advertising opportunities have been taken away?

Mr. Robinson: I am not going to duck the question, except that I really have no idea what the mega-marketing plans of the tobacco companies are or how they work. I would really be doing you a disservice if I pretended I did.

I will, though, with respect, answer your question as best I can about the packaging itself. Certainly at the end of a nearly 100-year evolutionary process, through which over the decades there has been significant brand-to-brand competition, the packaging has been elevated to this degree. Which is the cause, which is the effect, which is chicken, which is egg, I am not really sure, but it certainly has spiralled to this quality universally.

• 1150

I could be given to an argument if we could put the case that some were and some weren't, that there was this vast differentiation and the public were somehow choosing between excellence in packaging and something very simple.

The Marlboro study was quoted earlier on as saying that when they were offered plain packaging, it didn't attract. Consumers were more comfortable with what they had.

So I think it's fair to say that it's not a deliberate attempt. I don't think that it's a combined attempt. I think that it is, in fairness, a growing style of packaging, a growing expertise, if you will, that's come after a lot of years.

Mr. Scott: Thank you.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you for your presentation.

Mr. Robinson: Thank you, Mr. Chairman, and members.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I would like to call the next witnesses. Mr. Fletcher, Mr. Majesky, and Mr. Novak, perhaps you can summarize your overview of the issues in about five minutes so that we can allow more time for questioning. You have a choice. If you use up the half hour, we'll have no time for questioning.

Mr. Gary Majesky (Executive Vice-President, F.P. Labour Consultant Services): Good morning, Mr. Vice-Chairman.

I structured things on the basis of 10 minutes for the presentation and 20 minutes for questions and answers.

I would like to say thanks to the committee for having us come forward.

With me today is Mr. George Novak, the secretary-treasurer of the Graphic Communications Union, Local N-1; Mr. Brian Fletcher, president of the union; and Mr. Smith. He is not listed on the list of attendees. He is the president of the GCU local in Smiths Falls, Shorewood Packaging.

[Traduction]

On nous dit que cela n'aura aucun effet. Si notre action ne devait avoir aucun effet, pourquoi dépensent-ils alors tant d'argent pour commanditer tous ces événements? S'ils le font simplement par civilité, pouvons-nous supposer qu'ils vont continuer de parrainer le théâtre une fois qu'ils ne pourront plus faire de publicité?

M. Robinson: Je ne peux pas esquiver la question, mais je n'ai vraiment aucune idée de ce que sont les superplans de commercialisation des compagnies de tabac, ni comment elles fonctionnent. Je ne voudrais réellement pas servir si je prétendais le savoir.

Je répondrai cependant du mieux que je peux à votre question en ce qui concerne l'emballage lui-même. Il est vrai qu'à la fin d'une période d'évolution de près de 100 ans, pendant laquelle il y a eu une concurrence très importante entre les différentes marques, l'emballage en est arrivé au niveau que nous connaissons actuellement. Quelle est la cause, quel est l'effet, quelle est la poule, quel est l'oeuf, je n'en suis pas très sûr, mais on en est certainement arrivé à ce niveau de qualité sur un plan universel.

Nous pourrions discuter longuement de la question et continuer à nous demander si cela faisait vraiment une différence et s'il y avait un choix à faire entre l'excellence sur le plan de l'emballage et quelque chose de très simple.

Selon l'étude de Marlboro, que quelqu'un a citée tout à l'heure, l'emballage neutre n'a pas eu l'heure de plaisir. Les consommateurs se sentaient plus à l'aise en terrain connu.

Il serait donc juste de dire qu'il ne s'agissait pas d'une tentative délibérée. Je ne pense pas qu'on se soit lié. En toute justice, j'attribuerais l'évolution de l'emballage à de nombreuses années d'expérience.

M. Scott: Merci.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci de votre exposé.

M. Robinson: Merci, monsieur le président, messieurs et mesdames les membres du comité.

Le vice-président (M. Pagtakhan): J'inviterais les prochains témoins à s'approcher. Messieurs Fletcher, Majesky et Novak; vous pourriez peut-être résumer vos vues en cinq minutes pour que nous ayons le temps de vous poser des questions. Vous avez le choix. Si vous prenez la demi-heure qui vous est allouée, nous n'aurons pas de temps pour les questions.

M. Gary Majesky (vice-président exécutif, F.P. Labour Consultants Services): Bonjour, monsieur le vice-président.

J'ai prévu que mon exposé allait durer dix minutes et que nous aurions vingt minutes pour les questions et réponses.

Permettez-moi tout d'abord de remercier le comité de nous avoir invités à comparaître.

Je suis accompagné aujourd'hui de George Novak, secrétaire-trésorier de Graphic Communications Union, section N-1, de Brian Fletcher, président du syndicat, et de M. Smith, qui ne figure pas sur la liste des témoins. C'est le président de la section locale de la GCU à Smith Falls, Shorewood Packaging.

[Text]

We're here today representing our members in the packaging industry in respect of the federal government's recent initiative to introduce plain packaging.

The Graphic Communications Union, Local N-1, has members across a broad spectrum of companies in the printing and packaging industry. We also represent over 4,000 workers who are in many instances highly skilled. Our members, the work they perform, and the equipment they use provide the Canadian economy with a highly specialized value-added product with the resultant economic spin-offs.

We came to Ottawa today to ask this committee and the federal government to give pause for serious reflection on this issue.

On the issue of public health, we take no exception to a number of provincial and federal health initiatives that have slowly steered public policy in favour of zero tolerance towards smoking.

There has been a lot of unsubstantiated argument about the merits of plain cigarette packaging and how this will dampen cigarette demand in the youth consumer marketplace. We believe that all levels of government have been properly motivated in wanting to protect innocent Canadian youth who are quickly forming into generation X.

Our survey of young people in the greater Toronto area demonstrated that jobs were the most important issue for them and caused the greatest stress.

The clearly stated objective of the plain cigarette packaging initiative is supposedly the youth of Canada. However, when we spoke to student representatives in Ontario and the greater Toronto area, they stated categorically that they have never been consulted on this issue. In fact, we believe that their views tell an interesting story.

Students also agree that cigarette companies advertise with an ulterior motive in mind, but they also strongly point out that cigarette packaging is a bit of a red herring. In their opinion, there is no relationship between someone starting smoking and trade mark identification.

More importantly, we were quite astounded at the level of sophistication in their rationale, because they felt the federal government was approaching the issue the wrong way. Students believe that positive role models, public education, age limits, and restricted distribution are the key policy thrusts that work.

They also indicated that they found the federal government's recent ad campaign highly innovative from a production point of view, but the message was ineffectual. I think the government even concedes this fact.

[Translation]

Nous sommes ici aujourd'hui pour représenter les membres de l'industrie de l'emballage en rapport avec la tentative récente par le gouvernement fédéral de faire adopter les emballages neutres.

Le Syndicat des communications graphiques, section N-1, compte des membres dans un large éventail d'entreprises de l'industrie de l'impression et de l'emballage. Nous représentons en outre plus de 4 000 travailleurs qui occupent, dans de nombreux cas, des postes de haute spécialisation. Nos membres, le travail qu'ils accomplissent et le matériel qu'ils utilisent donnent à l'économie canadienne un produit spécialisé à forte valeur ajoutée avec les retombées économiques qui en résultent.

Nous sommes venus ici à Ottawa aujourd'hui pour demander au comité et au gouvernement fédéral de prendre le temps de réfléchir sérieusement à cette question.

Du point de vue de la santé publique, nous ne nous opposons aucunement à plusieurs initiatives provinciales et fédérales qui ont orienté lentement la politique officielle vers une tolérance zéro à l'égard du tabagisme.

Les mérites des emballages neutres et la réduction de la demande de cigarettes qu'ils provoqueraient chez les jeunes font l'objet de nombreux arguments gratuits. Nous croyons que tous les ordres de gouvernement ont bien raison de vouloir protéger l'innocente jeunesse canadienne qui se transforme rapidement en «génération X».

L'enquête que nous avons menée auprès des jeunes dans la région du Grand Toronto montre que les emplois représentent pour eux la question la plus importante et sont une source considérable de stress.

Les jeunes du Canada représentent la cible avouée des partisans de l'emballage neutre. Toutefois, lorsque nous nous sommes entretenus avec les représentants des étudiants en Ontario, et particulièrement dans le Grand Toronto, ils ont été catégoriques. Ils n'ont jamais été consultés à ce sujet. De fait, nous croyons que leur point de vue jette un éclairage intéressant sur la question.

• 1155

Les étudiants s'entendent aussi pour dire aussi que la publicité des fabricants de cigarettes comporte une certaine arrière-pensée, mais ils insistent aussi pour signaler que l'emballage des cigarettes n'a pas grand-chose à voir. Selon eux, il n'y a pas de corrélation entre le fait de commencer à fumer et le fait de s'identifier à une marque de commerce.

Ce qui est plus important encore, nous avons été tout à fait étonnés par le degré de raffinement de leur argumentation, car ils estiment que le gouvernement fédéral n'aborde pas bien la questions. Les étudiants estiment que les moyens d'action efficaces et publics concernant des modèles de comportement positifs, l'éducation publique, les limites d'âge et la restriction de la distribution.

Ils ont aussi affirmé que la dernière campagne publicitaire du gouvernement fédéral leur paraissait très novatrice du point de vue de la production, mais que le message ne portait pas. Je crois que même le gouvernement concède ce fait.

[Texte]

For our members in the packaging industry, the plain packaging debate is a jobs issue. It is also an economic issue in their local communities. We stand to lose 1,200 direct jobs in the packaging industry should the federal government proceed with plain cigarette packaging, not to mention the economic multiplier effect, which is pegged at 2 to 2.5 jobs for every job in the packaging industry.

That will mean the loss of high-paying, highly skilled Canadian jobs, particularly in Ontario, that pay in excess of \$20 per hour. As you can well understand, this is a profoundly important issue to the GCU and to our members.

I believe you have heard from the corporate officials in the packaging industry. We echo their comments and would note that our members work in a highly sophisticated, capital-intensive production environment. We're going to throw out to this committee that they should take a view of some of the facilities that are being discussed and the kinds of production environments that our members work in. This may help this committee come to some determination, in the final analysis, to get a better handle on what we're talking about in terms of economic impacts.

Our members perform the kinds of jobs that economic policy analysts can only dream of, but we keep losing to free trade and economic restructuring. We are thankful that many of the industries we work in ultimately decided to stay in business in Canada after free trade. However, the continued viability and existence of 1,200 jobs will be jeopardized by plain packaging. This just isn't sabre-rattling or tub-thumping on our part.

The history of this debate spans many years. Most recently, the federal government promulgated Bill C-51. Our industry worked with the government and the tobacco industry to change cigarette packaging to comply with phase two of this bill. This mandated that a minimum of 25% of the main face panels of cigarette packages carry both white on black and black on white health warnings.

Here's an example of some of the new product wrapping that's going to be on the market in the next few days and weeks. This is the wrap before Bill C-51. We also provided you with similar cigarette packages, which similarly show you the look before and after Bill C-51.

The GCU believes these new, larger, and more dominant health warnings do convey a strong message without affecting current production methods. Moreover, our industry requires some stability in terms of economic and social policy. Further legislative or regulatory interference will cause serious labour adjustment problems at this time.

What we find troublesome is the fact that our industry is in the midst of complying with phase two of Bill C-51, which most observers of the health industry feel is a positive direction. In fact, that represents a quite radical reform.

[Traduction]

Pour nos membres au sein de l'industrie de l'emballage, le débat sur les emballages neutres met des emplois en jeu. C'est aussi une question économique pour nos collectivités locales. Nous pourrions perdre 1 200 emplois directs dans l'industrie de l'emballage, si le gouvernement fédéral adopte la règle des emballages neutres, sans compter l'effet de multiplication, qui est estimé à 2-2,5 emplois pour chaque emploi dans l'industrie de l'emballage.

Cela signifiera la perte d'emplois hautement spécialisés et bien rémunérés pour les Canadiens, particulièrement en Ontario où le salaire est supérieure à 20\$ de l'heure. Comme vous pouvez bien le comprendre, c'est une question de la plus haute importance pour notre syndicat et nos membres.

Je crois que vous avez entendu le point de vue des entreprises de l'industrie de l'emballage. Nous abordons dans le sens de leurs observations et signalons que nos membres travaillent dans un milieu caractérisé par une production de pointe et qui est fortement capitaliste. Le Comité devrait essayer de se faire une idée du milieu dans lequel nos membres travaillent. Cela l'aidera peut-être en fin de compte à mieux comprendre ce que nous voulons dire lorsque nous parlons des répercussions économiques.

Nos membres occupent le genre d'emplois auxquels les analyses de la politique économique ne peuvent que rêver, mais nous essayons toujours des pertes aux mains du libre-échange et de la restructuration économique. Nous sommes reconnaissants du fait que les industries où nous travaillons ont décidé quand même de demeurer en affaires au Canada depuis l'entrée en vigueur du libre-échange. Toutefois, l'existence et la viabilité de 1 200 emplois seraient mises en péril par l'imposition de l'emballage banalisé. Ce ne sont pas là des bruits de sabres et ce n'est pas non plus de la démagogie de notre part.

Le débat a été lancé il y a nombre d'années. Il y a peu de temps, le gouvernement fédéral a promulgué le projet de loi C-51. Notre industrie travaille de concert avec le gouvernement et l'industrie du tabac pour adapter l'emballage des cigarettes aux exigences de la phase II de ce projet de loi. Dans le contexte, 25 p. 100 au moins de la face antérieure des paquets de cigarettes doit porter un avertissement concernant la santé en blanc sur noir et en noir sur blanc.

Voici de quoi auront l'air certains des nouveaux emballages qui arriveront sur le marché dans les jours ou les semaines qui suivront. Voici de quoi avait l'air l'emballage avant l'adoption du projet de loi C-51. Nous vous avons aussi fourni des emballages semblables pour vous donner une idée de leur apparence avant et après l'adoption du projet de loi C-51.

Le Syndicat des communications graphiques estime que ces nouveaux avertissements, qui sont plus grands et prennent plus de place, portent un message très clair sans modifier les méthodes de production. Notre industrie bénéficierait d'une certaine stabilité pour ce qui est de la politique économique et sociale. En outre, une interférence du point de vue législatif ou réglementaire entraînerait de graves difficultés quant à l'adaptation de la main-d'œuvre.

Là où le bâton blesse, pour nous, c'est que notre industrie est déjà en train de se conformer à la phase II du projet de loi C-51, qui représente une mesure positive aux yeux de la plupart des observateurs du domaine de la santé. En fait, il s'agit d'une réforme assez radicale.

[Text]

At a time when our industry is slowly emerging from a recession that had devastating effects and caused massive unemployment in some sectors, we can clearly not absorb another shock at this point in time. Yet we find ourselves caught in a whirlwind debate that once again intrudes on the packaging industry, taps us on the shoulder, and basically says there's another interesting issue on the public agenda called plain packaging.

When business executives complain about the necessity of a healthy business climate in which to do business, one immediately thinks about local taxes, infrastructure, interest rates, labour costs, and government regulation.

We would urge the members of the committee to place themselves in the shoes of the packaging industry. They provide many well-paying jobs. They are good community and corporate citizens and cooperate with the government on a whole range of issues. They even participated in the implementation of phase two of Bill C-51.

We should give a greater degree of respect and consideration, and some measure of thanks, for their cooperation with the federal government to date. Frankly, our concern is that the federal government must be sensible and practical in this whole process. If plain packaging is the next goal on the public agenda, let the change be introduced and phased in over time, once the effect of Bill C-51 is truly understood, quantified and studied.

Secondly, this is also a labour adjustment issue. We believe it is bad economic policy to keep changing the ground rules. Lurching onto the plain cigarette packaging bandwagon without government, business and labour partnership represents an insensitive approach.

The admission, by health minister Marleau, that the current federal advertising initiative failed to reach the youth target market demonstrates the fallibility and weakness of the federal government to truly understand what buttons need to be pushed to prevent youth from smoking. However, when the health minister wakes up one morning and publicly announces that the government is marching in a new policy direction, we are concerned, because this government talked about jobs, it talked about building confidence and nurturing industry out of recession.

We believe we have witnessed a knee-jerk response to political pressure without the slightest concern for working men and women in the printing and packaging industry. That's not to suggest that there isn't conscience and feeling on the part of the committee and the members towards the plight of the workers who may lose jobs in the industry. I don't want to suggest that.

[Translation]

Au moment où notre industrie sort lentement d'une récession qui a eu des effets dévastateurs et provoqué des pertes d'emploi massives dans certains secteurs, nous ne pouvons pas de toute évidence absorber un autre choc. Pourtant, nous nous trouvons encore une fois entraînés malgré nous dans un débat: le législateur nous tape sur l'épaule pour nous dire qu'il a trouvé une autre idée intéressante et qu'il appelle cela l'emballage neutre.

Lorsque les dirigeants d'entreprises font valoir la nécessité de pouvoir évoluer dans un climat sain pour les affaires, ce qui vient immédiatement à l'esprit, ce sont les taxes locales, l'infrastructure, les taux d'intérêts, le coût de la main-d'œuvre, la politique sociale et la réglementation du gouvernement.

Nous incitons fortement les membres du comité à se mettre à la place de l'industrie de l'emballage. C'est une industrie qui fournit un grand nombre d'emplois bien rémunérés. Ses entreprises agissent en bons citoyens pour la collectivité et pour le monde des affaires et elles collaborent avec le gouvernement sur toute une série de questions. Elles ont même participé à la mise en oeuvre de la phase II du projet de loi C-51.

Nous devrions leur témoigner un plus grand respect et une plus grande estime et les remercier dans une certaine mesure d'avoir collaboré avec le gouvernement fédéral jusqu'à maintenant. Pour être francs, nous voulons seulement que le gouvernement fédéral demeure sensé et pragmatique dans tout le contexte. Si l'emballage neutre est le prochain point au programme, faites en sorte que la modification soit apportée progressivement, au fil du temps, une fois les conséquences du projet de loi C-51 bien comprises, quantifiées et étudiées.

• 1200

Ensuite, il y a la question de l'adaptation de la main-d'œuvre. Nous croyons qu'il est malavisé du point de vue économique de toujours changer les règles. Il serait très malavisé de s'embarquer sans réfléchir, en l'absence d'une collaboration entre le gouvernement, le milieu des affaires et le monde syndical, dans cette histoire d'emballage neutre.

La ministre de la Santé, Diane Marleau, a avoué récemment que l'échec de la dernière campagne publicitaire fédérale à l'intention des jeunes a montré à quel point le gouvernement a de la difficulté à bien saisir les motivations des jeunes en vue de les empêcher de fumer. Là encore, lorsque la ministre de la Santé se réveille un beau matin pour dire publiquement que le gouvernement se lance sur une nouvelle voie, nous nous en préoccupons, car ce gouvernement a dit qu'il voulait créer des emplois, qu'il voulait rétablir la confiance et aider l'industrie à se sortir de la récession.

Nous croyons que sa réponse aux pressions politiques semble tenir beaucoup plus du réflexe que de la réflexion, car elle ne tient aucunement compte des travailleurs et des travailleuses de l'industrie de l'impression et de l'emballage. Nous ne voulons pas dire pour autant que le comité et ses membres se désintéressent complètement du sort des travailleurs et des travailleuses qui risquent de perdre leur emploi dans l'industrie. Ce n'est pas du tout ce que nous voulons dire.

[Texte]

What has been absent in this policy debate is sensible, rational discussion. This committee, we trust, will hopefully try to instil some semblance of balance and open-mindedness as it wrestles with the issue. We would like to state that we are concerned with strong-headed pronouncements by the minister that the decision is a done deal and we are engaged in a pro forma exercise of government consultation.

In fact, we believe the basis of why plain packaging surfaced on the agenda had less to do with rationality than a knee-jerk reaction to tobacco taxation. We can appreciate that the government wanted to perhaps save face with public health organizations and officials who felt betrayed by tobacco tax cuts. On the other hand, serving up the packaging industry as a quid pro quo or sop to the anti-smoking lobby is not the answer.

The government should accept the progress that has been achieved to date, and nurture and foster a tri-partite partnership process whereby the parties could strategically plan and prepare a sectoral action plan for the next three to eight years. We would suggest the federal government fund a sectoral study on a whole range of strategic issues, including plain packaging. This is the forum in which the stakeholders can meaningfully discuss and debate sectoral issues. We don't have that mechanism currently in place. It is an industrial strategy endorsed by this federal government, previous federal governments, and many provincial governments in Canada.

One of the problems with the current exercise is that it is too politically charged and overblown in respect to the real issue at hand. That is our perspective. The government has been engaged in a highly calculated war on the cigarette smuggling industry using its political and taxation leverage to whipsaw provincial governments into line to fight the influx of cheap smokes, a drastic economic policy move, which has caused a shock wave to the Canadian economy.

Tobacco tax cuts were a pretty strong message by the federal government that they would protect their taxation turf. The primary political motivation was smuggling. As government has recently discovered, smuggling obviously has an economic impact. Governments lose tax revenues. Canadian growers lose sales. Legitimate wholesalers and retailers lose business.

It is our belief that plain packages will make smuggling and counterfeiting easier, thus creating impacts by moving sizeable amounts of the industry into illegitimate hands. It is extremely difficult to put numbers on this.

I'm going to be brief. We're ready to wrap this up.

It is our position and the position of the GCU that should the federal government proceed and introduce plain packaging, they are obliged to set aside a \$50 million industry transition fund to assist workers, industry and the community to cope with the plant closures. We are very clear on this point.

[Traduction]

La raison brille par son absence dans ce débat. Le Comité, nous espérons, essaiera quelque peu de rétablir l'équilibre et de favoriser l'ouverture des esprits en s'attaquant à la question. Nous tenons à souligner que les déclarations sans équivoque de la Ministre nous inquiètent, car elle semblait parler d'un fait accompli, de sorte que la consultation pour nous ne serait qu'un exercice pour la forme.

En fait, nous croyons que l'apparition de la question des emballages neutres au programme du gouvernement tient moins à un débat raisonné qu'à un contre coup de la modification des taxes sur le tabac. Nous comprenons certainement que le gouvernement voulait peut-être sauver la face devant les organismes de santé et les autorités sanitaires, s'ils s'estimaient trahis par la réduction de la taxe sur le tabac. Par ailleurs, la solution au problème ne consiste pas à amadouer les groupes de pression anti-tabac au détriment de l'industrie de l'emballage.

Le gouvernement devrait accepter les progrès réalisés jusqu'à maintenant et chercher à favoriser un partenariat où les trois parties pourraient prévoir un plan d'action sectoriel pour les trois à huit années à venir. Nous proposons que le gouvernement fédéral finance une étude sectorielle portant sur un éventail de questions stratégiques, y compris celle des emballages neutres. C'est de cette façon que tous les intéressés pourront tenir un débat utile sur les questions qui intéressent le secteur. Un tel mécanisme n'existe pas pour l'instant. C'est une stratégie industrielle que le gouvernement fédéral actuel, ses prédécesseurs et nombre des gouvernements des provinces appuient.

Un des problèmes de la situation actuelle, c'est qu'elle est trop chargée du point de vue politique et qu'elle est exagérée par rapport aux véritables enjeux. C'est là notre point de vue. Le gouvernement s'est engagé dans une guerre des plus stratégiques contre l'industrie de la contrebande de cigarettes. Il use de ses moyens politiques et fiscaux pour forcer les gouvernements provinciaux à joindre ses rangs et lutter contre l'afflux de cigarettes bon marché. C'est une mesure radicale dont l'onde de choc se ressent dans toute l'économie canadienne.

En réduisant les taxes sur le tabac, le gouvernement fédéral a voulu faire voir clairement qu'il ne voulait pas qu'on vienne jouer dans ses plates-bandes fiscales. La motivation première, sur le plan politique, découlait de la contrebande. Comme le gouvernement l'a récemment découvert, la contrebande a évidemment un impact sur l'économie. Les gouvernements perdent des recettes fiscales, les cultivateurs canadiens, des ventes. Les grossistes et les détaillants légitimes perdent des affaires.

Nous croyons que les emballages neutres vont faciliter la tâche des contrebandiers et des faussaires, d'où le transfert de sommes considérables d'une industrie valable à une industrie illégitime. Il est extrêmement difficile d'établir des statistiques à ce sujet.

Je vais être bref. Nous sommes prêts à résumer.

Nous sommes d'avis, de même que le Syndicat des communications graphiques que, si le gouvernement fédéral impose l'utilisation d'emballages neutres, il est obligé de prévoir un fonds de transition de 50 millions de dollars pour aider les travailleurs, l'industrie et la collectivité à composer avec les fermetures d'usine. Nous y tenons absolument.

[Text]

This is clearly a politically motivated job dislocation and could be handled another way, under a longer timeframe, with demonstrated federal leadership to facilitate genuine partnership amongst all stakeholders. We would still urge such a sensible approach.

More importantly, if the federal government is the cause and agent forcing 1,200 packaging jobs and workers onto the unemployment lines, then somebody had better accept ownership of the problem. At a time when \$1.9 million has to be infused into the east coast economy because of a fishery crisis—and this is something that we don't necessarily object to—and where a portion of that money comes from Ontario's industrial tax base, and through other provinces' tax bases through transfer payments, it makes some sense to treat these long-standing companies and labour constituencies with a greater sense of appreciation and understanding for their contribution to the economic vitality of our communities and the fabric of Canadian society.

• 1205

We believe this issue is also about working people, local communities, families and jobs. All levels of government know how hard it is to create jobs either through infrastructure initiatives or public services. At a time when our Canadian economy is sluggish and unresponsive to massive government stimulus, we must take care to protect industry and jobs at this critical juncture in the recovery, especially as a result of ill-timed legislation or regulation. The major thrust of the Liberal government has to facilitate economic renewal, and part of the commitment must include minimizing the ill-timed legislative initiatives with very dubious social and behavioural results but with very real short-term economic costs.

That ends our formal presentation. I would like to open it up to questions from the committee.

Mr. Martin: First, I'd like to correct you on a couple of things, Mr. Majesky. We don't do things on a whim in this committee. Number two, we are sympathetic to people who lose their jobs, and we also put ourselves in their shoes. But I would suggest for a moment that you put yourself in the shoes of a spouse of someone who's dying of lung cancer or any of the 30% of other malignancies associated with tobacco consumption.

If it goes to plain packaging, these cigarettes are going to continue to be packaged with the name and the warnings. Who will do that, Mr. Majesky?

Mr. Majesky: Can you just...?

Mr. Martin: I'll ask the question again.

Mr. Majesky: Yes, please rephrase it.

Mr. Martin: Right now you've got these beautiful boxes, already packaged. If it goes to plain packaging, these boxes are going to continue to be packaged with the name and the warnings. Who will do that packaging?

[Translation]

Il s'agit clairement d'une mesure à motivation politique qui fera disparaître des emplois. Il y aurait moyen de procéder de façon plus sensée et de fixer un délai plus long. De cette façon, le gouvernement fédéral aurait tracé la voie à un partenariat véritable entre tous les intéressés. Nous demeurons toujours en faveur de cette approche sensée.

Fait plus important encore, si le gouvernement fédéral pousse 1 200 travailleurs de l'industrie de l'emballage au chômage, vous êtes mieux de reconnaître alors que vous êtes responsables du problème. À une époque où il faut injecter 1,9 million de dollars dans l'économie de la côte est à cause de la crise des pêches par l'entremise de paiements de transfert—dont une part vient de l'assiette fiscale industrielle de l'Ontario—and de l'assiette fiscale d'autres provinces—ce à quoi nous ne nous opposons pas nécessairement, il serait tout de même sensé de témoigner aux milieux industriel et ouvrier de longue date un plus grand sentiment d'appréciation et de compréhension, de reconnaître leur contribution à la vitalité économique de nos collectivités et au tissu de la société canadienne.

Nous croyons également que cette question concerne les travailleurs, les collectivités locales, les familles et les emplois. Tous les ordres de gouvernement savent à quel point il est difficile de créer des emplois, que ce soit par le biais d'initiatives concernant les infrastructures ou par le biais des services publics. À une époque où l'économie canadienne piétine malgré les interventions massives du gouvernement, nous devons veiller à protéger ce secteur d'activité et les emplois qu'il se présente, à ce stade critique de la relance, surtout contre d'éventuelles mesures législatives ou réglementaires inopportunnes. Le gouvernement libéral s'est fixé comme politique de stimuler le renouveau économique; cela étant posé, il doit réduire au minimum les initiatives législatives inopportunnes, qui produiraient des résultats plus que mitigés sur le plan social et individuels, mais qui s'accompagneraient de coûts à court terme très réels sur le plan économique.

Voilà qui met fin à notre exposé. Nous sommes prêts pour vos questions des membres.

M. Martin: J'aimerais commencer par vous reprendre sur certains points, monsieur Majesky. Nous n'agissons pas par caprice au comité. Par ailleurs, non seulement nous compatissons avec ceux qui perdent leur emploi, mais nous pouvons aussi nous mettre à leur place. C'est vous qui devriez, ne fusse que pour un instant, vous mettre à la place dans la peau de celui ou de celle qui voit son conjoint mourir d'un cancer du poumon ou autre à cause du tabac.

Même si l'on adopte des emballages banalisés, ces cigarettes continueront de se vendre dans des boîtes portant le nom et les mises en garde. Qui les imprimera, monsieur Majesky?

M. Majesky: Pourriez-vous...?

M. Martin: Je reprends ma question.

M. Majesky: Si vous le voulez bien, je vous en prie.

M. Martin: Les cigarettes se vendent actuellement dans de belles boîtes préconditionnées. Si l'emballage est banalisé, il faudra tout de même y imprimer la marque et les mises en garde. Qui s'en chargera?

[Texte]

Mr. George Novak (Secretary-Treasurer, Graphic Communications Union N-1): The companies have told us that if it goes to plain packaging, which is two colours, they cannot afford to do it here with all the money they have invested in machinery. They propose to take that machinery and move it south of the border. They can't afford to run machinery that's worth \$4 million a press. That's a lot of money.

When you say plain packaging...we have a package of du Maurier cigarettes here. What plainer package can you have than that?

Mr. Martin: So they'll move their presses down to the United States and package them there on the same presses? Is that true?

Mr. Novak: No, I don't think they said that. They would go down there where the market is better to get more orders.

Mr. Martin: But who will package the cigarettes?

Mr. Majesky: The equipment may end up being sold to other people. It's fairly obvious some of these businesses and packaging companies will be right out of the cigarette business. There'll be other printers, perhaps south of the border, who have less sophisticated printing equipment that will be able to accommodate the two-colour press runs that plain or generic packaging would call for. The jobs will be lost here.

We've heard a number of arguments where people say if it's only 35% of the business, take the loss now and get other product mix into the plant that you can produce and adjust for the future. The problem is that industry's coming out of recession and we have to put this in some kind of economic context. That's why we really wanted to come here today.

One of the companies, a plant in Scarborough, has just restructured itself because it's been close to bankruptcy. Clearly, to have an initiative like this come along will be a devastating shock that will push it over the brink.

Mr. Martin: They're not prepared to package these cigarettes in this country if plain packaging were to come about?

Mr. Majesky: There's just no necessity. You're over-capitalized. You've got an elephant gun to go hunting for mosquitoes. It's that kind of difference. The equipment and the capital investment here is now obsolete. There are no longer seven-or ten-colour runs with lamination. From what we've come to understand, the equipment is designed for the product. So it's not as though a lot of this printing equipment will find another life making ketchup labels or some other kind of product that can come on stream. This equipment is clearly designed for printing these packages.

Mr. Martin: Is this an assumption, Mr. Novak? You assume this.

Mr. Novak: I assume it.

Mr. Martin: Thank you.

[Traduction]

M. George Novak (secrétaire-trésorier, Graphic Communications Union N-1, F.P. Labour Consultants Services): Les compagnies nous ont affirmé que, si l'emballage est banalisé, c'est-à-dire s'il ne comporte plus que deux couleurs, elles ne pourront continuer de fabriquer les emballages ici étant donné tout l'argent qu'elles ont investi dans la machinerie. Elles projettent d'emporter cette machinerie aux États-Unis. Elles n'ont pas les moyens de faire fonctionner des presses qui coûtent 4 millions de dollars chacune. C'est beaucoup d'argent.

Mais vous parlez de banalisation des emballages... J'ai ici une boîte de du Maurier. Y a-t-il plus neutre comme emballage?

M. Martin: Donc, ces compagnies auraient l'intention de réinstaller leurs presses aux États-Unis et de les utiliser là-bas pour faire les emballages? Est-ce vrai?

M. Novak: Je ne pense pas que c'est ce qu'elles ont dit. Elles ont dit qu'elles se réinstalleraient là-bas, afin de mieux garnir leur carnet de commande.

M. Martin: Mais alors, qui emballera les cigarettes?

M. Majesky: Il se peut qu'on vend l'équipement. Il me semble assez évident que certaines de ces entreprises cesseront d'emballer des cigarettes. Il y aura toujours d'autres imprimeries, peut-être aux États-Unis, dont le matériel d'impression est moins perfectionné, qui pourront répondre à la demande d'emballages imprimés en deux couleurs. Ces emplois disparaîtraient ici.

Nous avons entendu toutes sortes d'arguments. Si ces emballages ne représentent que 35 p. 100 de la clientèle, que les emballeurs absorbent dès maintenant la perte et qu'ils diversifient leurs produits. Malheureusement, l'industrie vient de traverser la récession. Il faut situer le problème dans son contexte économique. C'est d'ailleurs la véritable raison pour laquelle nous voulions venir témoigner ici, aujourd'hui.

Une des entreprises, une usine de Scarborough, vient tout juste de se restructurer parce qu'elle était au bord de la faillite. De toute évidence, la banalisation des emballages lui sera mortelle.

M. Martin: Ces entreprises ne seraient pas disposées à emballer les cigarettes ici, si les emballages étaient banalisés?

M. Majesky: Il y aurait disproportion entre la demande et les moyens de production. Ce serait comme tuer une souris avec un fusil à éléphant. L'investissement en équipement et en capital serait alors désuet. On ne produirait plus d'emballage laminé de sept ou dix couleurs. Si nous avons bien compris, le matériel est conçu en fonction du produit. Ce n'est pas comme si l'on pouvait utiliser une grande partie de ce matériel d'impression pour produire des étiquettes ou un autre genre de produits. L'équipement est, de toute évidence, conçu pour imprimer ces emballages.

M. Martin: Est-ce une hypothèse, monsieur Novak? C'est ce que vous supposez.

M. Novak: Effectivement.

M. Martin: Je vous remercie.

[Text]

[Translation]

• 1210

Mme Picard: Merci pour votre exposé. À la page 3, vous dites que vous vous êtes entretenus avec des représentants des étudiants en Ontario et que ces étudiants vous ont dit que la publicité des fabricants de cigarettes comportait une certaine arrière-pensée, mais insistaient pour signaler que l'emballage des cigarettes n'avait rien à voir.

Est-ce dans le cadre d'une étude que ces étudiants vous ont fait part de ces commentaires?

Mr. Majesky: First, we solicited their views. As a student president of a community college 10 or 12 years ago, I also remember what it was like when governments came up with new student loan programs without ever talking to student representatives.

I went back to the market and talked to the federation and student presidents from various high schools and community colleges. They're extremely sophisticated. They're very bright people. I don't know whether any of them have come before this committee to express their views. They're not stupid. They understand that there's a relationship between advertising as a general proposition... Whether or not they have a conspiracy theory on the whole notion of tobacco advertising... they certainly didn't make that assertion. They do understand that advertising, as we have come to understand it, through newspaper, magazines, radio, and television, is a very effective medium.

They also alerted us to the fact that those media are no longer available as an avenue for the tobacco industry. There's a bit of confusion on their part, too, but I think they accept as a basic rule of thumb that advertising and product identification... that there's a relationship there. Maybe that's a result of teaching kids marketing for two semesters or whatever as core programs in the business faculties. I really don't know.

Mr. Szabo: Mr. Majesky, you said that plain paper packaging is a jobs issue. Then you said later on that the government has to be sensitive, Chrétien has to be sensitive, and that we have to put it in an economic context, *c'est ça*, economic context.

Mr. Majesky: Then the next question will be, let's put the health issue in an economic context.

Mr. Szabo: I wrote it down. You said "We've got to put this in an economic context". Is that correct?

Mr. Majesky: This whole debate has to be in an economic context.

Mr. Szabo: Okay.

Mr. Majesky: The health debate.

Mr. Szabo: You agree, economic context?

Mr. Majesky: Sure.

Mrs. Picard: Thank you for your presentation. On page 2, you say that you spoke to student representatives in Ontario and that they stated that cigarette companies advertise with one second thought in mind. But they also insisted on the fact that cigarette packaging had nothing to do with the advertising.

Have you gathered these students comments during a survey?

M. Majesky: Nous allons commencer par leur demander leur opinion. Moi-même, en tant que président de l'association des étudiants d'un collège communautaire, il y a 10 ou 12 ans de cela, je me souviens des nouveaux programmes de prêts aux étudiants qu'avaient mis sur pied les gouvernements sans même consulter les représentants des étudiants.

Je suis retourné m'entretenir avec la fédération et avec les présidents des associations d'étudiants de diverses écoles secondaires et de divers collèges communautaires. Ils connaissent bien la réalité et sont fort brillants. J'ignore si votre comité a entendu certains d'entre eux, mais je puis vous affirmer qu'ils ne sont pas stupides. Ils savent qu'il existe un rapport entre la publicité en tant qu'incitation générale... J'ignore s'ils croient en un complot en matière de publicité du tabac... ils ne l'ont certainement pas affirmé. Par contre, ils savent fort bien que la publicité, telle que nous la connaissons, c'est-à-dire dans les journaux, dans les revues, à la radio et à la télévision, est un médium fort efficace.

Ils nous ont aussi appris que l'industrie du tabac n'a plus accès à ces médias. Ils confondent peut-être un peu, mais ils admettent, à mon avis, en règle générale que la publicité et l'identification au produit... qu'il existe effectivement un rapport entre les deux. Peut-être est-ce ce que l'on obtient lorsqu'on enseigne la mise en marché à des jeunes pendant deux semestres, dans les facultés d'administration des affaires. Je n'en sais rien.

M. Szabo: Monsieur Majesky, vous avez déclaré que les emballages neutres mettent des emplois en jeu. Vous avez ensuite affirmé à ce sujet que le gouvernement, que M. Chrétien, doivent être attentifs et qu'il faut situer le problème dans son contexte économique.

Mr. Majesky: Vous me demanderez ensuite de situer la question de la santé dans son contexte économique.

Mr. Szabo: Je l'ai écrit ici. Vous avez dit qu'il fallait situer le problème dans son contexte économique. ai-je raison?

Mr. Majesky: C'est tout le débat qu'il faut inscrire dans un contexte économique.

Mr. Szabo: D'accord.

Mr. Majesky: Le débat sur la santé.

Mr. Szabo: Vous êtes d'accord, dans son contexte économique?

Mr. Majesky: Parfaitement.

[Texte]

Mr. Szabo: We're talking about 1,200 jobs. You've raised a number of some \$50 million. Did you hear the presentation earlier in which the Canadian Medical Association tabled information that said it cost us \$300 million a year to treat lung cancer? If you expand the cost to Canadians, to you and to me, to billions of dollars annually, the cost to our Canadian society because of smoking, how do you rationalize those 1,200 jobs?

I think you missed the point, Mr. Martin. Even though you have to reduce the quality of the printing, there still have to be some jobs to do some printing and some packaging. It's not going to totally disappear off the face of the earth. Somebody still has to package. You missed the point of the question. How do you rationalize \$50 million, which is the value you're putting on 1,200 jobs, and the hundreds of millions, if not billions of dollars, we are incurring because of tobacco use?

Mr. Majesky: Mr. Szabo, let's put something very clearly on the public agenda here. You can't suck and blow. If the costs are that astronomical—and I don't take exception with the large figure of billions of dollars—then you legislate it out of existence. Let's not futz around on plain packaging and other initiatives. We support a very positive pro-public health policy approach to this.

Bill 119 in Ontario—it hasn't yet received royal assent—calls for raising the age limit from 18 to 19, banning the sale of smokes in pharmacies and vending machines, posting big warnings and the rules in all distribution outlets, and increased health warnings on the packages. That's motherhood and apple pie.

So what I really find difficult—and it is a very difficult situation for us to be in—is that there are still white hats and black hats on this issue. There is still some middle ground here. We do support good public health policy, but we also believe there's a sensible approach to working with business and facilitating change. We want to initiate that kind of a process in this industry. My sense is that it hasn't happened like it happened in the steel industry, in the auto industry, in communications, chemicals and the fisheries, where government works very closely with industry. Whether it's on the cod quota issue or whether there are going to be new safety standards in vehicles, government allows the industry to adjust.

Now, Ralph Nader will say there's a conspiracy in everybody's pocket to keep seatbelts off the market, and at one time that may have been true. But government plays a very important role and the industry hasn't had that dialogue.

Mr. Szabo: On page nine of your report you said you support public health initiatives to eliminate smoking.

[Traduction]

M. Szabo: Il est question d'environ 1 200 emplois qui, selon vous, représenteraient quelque 50 millions de dollars. Avez-vous entendu l'exposé qu'a fait plus tôt l'Association médicale canadienne, lorsqu'elle a déposé des données selon lesquelles le traitement du cancer du poumon nous coûte 300 millions de dollars par année? Si, d'après les projections, le coût du tabagisme pour la société canadienne, c'est-à-dire pour vous et moi et tous les autres Canadiens, s'élève à des milliards de dollars chaque année, comment pouvez-vous justifier le maintien de 1 200 emplois?

Je ne crois que vous ayez saisi l'enjeu, monsieur Martin. Même s'il faut réduire la qualité de l'impression, la production d'emballages continuera d'exiger des travaux d'impression et d'emballage. Ces emplois ne disparaîtront pas tous, puisqu'il faudra quelqu'un pour faire les emballages. Vous avez mal saisi la question. Comment justifier la conservation de 1 200 emplois que vous estimatez valoir 50 millions de dollars quand le tabagisme nous coûte des centaines de millions, voire des milliards de dollars?

M. Majesky: Monsieur Szabo, parlons franchement. On ne peut avoir le meilleurs des deux mondes. Cessons de tourner autour du pot: si le coût du tabac pour la santé est si astronomique—and je ne vous contredis pas lorsque vous parlez de milliards de dollars—alors interdisez carrément les produits du tabac. Cessons de parler d'emballages banalisés et d'autres mesures du genre. Nous appuyons une politique de la santé très positive et axée sur le public.

• 1215

Le projet de loi 119 de l'Ontario, qui n'a pas encore reçu la sanction royale, prévoit le relèvement de l'âge limite de 18 à 19 ans, l'interdiction de la vente de produits du tabac dans les pharmacies et les distributrices, l'affichage d'avertissements bien évidentes et l'imposition de règles dans tous les points de distribution, ainsi que des mises en garde en caractères plus grands sur les paquets de cigarettes. Personne ne peut s'opposer à cela.

Ce qui m'est vraiment difficile à accepter—and la situation est fort difficile pour chacun d'entre nous—, c'est que le débat se polarise entre les bons et les méchants. Il y a pourtant encore moyen de s'entendre. Nous appuyons une bonne politique de santé publique, mais nous sommes aussi convaincus qu'il y a moyen de collaborer avec les entreprises et de faciliter les changements. C'est ce genre de processus que nous voulons lancer dans l'industrie. À mon avis, il n'y a pas eu de partenariat comme ce fut le cas dans l'industrie de l'acier, dans l'industrie de l'automobile, dans les communications, dans l'industrie des produits chimiques et dans les pêches, où il existe une grande concertation entre le gouvernement et l'industrie. Qu'il s'agisse du contingentement de la morue ou de l'adoption des nouvelles normes de sécurité dans les véhicules, le gouvernement donne toujours à l'industrie le temps de s'adapter.

Bien sûr, Ralph Nader dira que tout le monde complète pour éviter de rendre obligatoire les ceintures de sécurité, ce qui fut peut-être le cas à un moment donné. Toutefois, le gouvernement tient un rôle fort important, et l'industrie n'a pas eu l'occasion de dialoguer avec lui.

M. Szabo: À la page 17 de votre mémoire, vous affirmez être en faveur des mesures d'hygiène publique visant à éliminer le tabagisme.

[Text]

Smoking consumption has gone down. That means the demand for everything has gone down. Could you advise the committee what your industry has done to plan for the inevitability of crossing a threshold at which there's not going to be...? You acknowledge it's going to happen. What have you done?

Mr. Majesky: It's very difficult when one represents a trade union organization because the workers aren't the co-managers of production, marketing and setting the corporate strategic plan for organizations. I wish labour was an equal partner with management so that there could be a co-determination model. Maybe that's something this committee could talk about and then workers would have a greater sense of ownership in their future.

What we can tell you is that this industry has been in a period of decline so there is a natural constriction and attrition taking place. When we were at a press conference at the Ontario legislature last week, Mr. Novak indicated that at one time his plant in Scarborough, FPC Packaging, had 500 employees and now it's down to 180 and change. That all happened in the last 15 or 20 years.

The president of that company, Mr. Semper, stated at that press conference that he would be a stupid businessman if he wasn't running out and developing new products to fill his plant. So he has agents going down to Mexico and the United States to prepare for that inevitable day. Business doesn't just sit on its laurels and wait for the shoe to fall. They are looking to this very seriously.

Mr. Szabo: Thank you, Mr. Chairman.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): I'll pose a couple of questions. Mrs. Picard did ask you about the study in the greater Toronto area. Do you believe your results?

Mr. Majesky: I believe those results as much as I believe all the other results.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): How many did you interview?

Mr. Majesky: We interviewed 10 student organizations.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Did you do a random sample?

Mr. Majesky: It was very random.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Are your studies published?

Mr. Majesky: No, because it wasn't meant for that purpose.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Let me then ask you another series of questions. Do you believe that smoking is addictive?

Mr. Majesky: I come from a family where both my mother and father smoke.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Do you believe it is addictive, or not?

Mr. Majesky: I certainly do. I have a great problem with second-hand smoke. We don't argue about the public health side of the issue.

[Translation]

Les Canadiens consomment moins de produits du tabac, ce qui signifie que la demande a baissé. Pouvez-vous dire au comité ce que projette votre industrie lorsqu'elle atteindra le seuil inévitable à partir duquel il n'y aura plus...? Vous admettez que c'est inéluctable. Que faites-vous?

M. Majesky: Il est difficile de dresser des plans quand on représente un syndicat, car il n'y a pas de cogestion de la production, de la commercialisation et de l'établissement du plan d'entreprise. J'aimerais bien que les travailleurs soient des partenaires égaux de la direction. On pourrait alors planifier en équipe. Le comité pourrait peut-être soulever la question. Les travailleurs auraient alors davantage l'impression de maîtriser leur avenir.

Je puis, par contre, vous dire que la demande a baissé dans l'industrie, de sorte que celle-ci a resserré l'embauche et ne remplace pas les travailleurs qui la quittent. Lors d'une conférence de presse tenue à l'Assemblée législative de l'Ontario, la semaine dernière, M. Novak a mentionné que son usine de Scarborough, FPC Packaging, qui a déjà employé 500 travailleurs, n'en comptait plus que quelque 180. Tout cela s'est produit au cours des 15 ou 20 dernières années.

Le président de cette entreprise, M. Semper, a déclaré, lors de cette conférence, qu'il serait idiot de ne pas chercher à diversifier les produits de son usine. Il envoie donc des agents au Mexique et aux États-Unis en prévision du jour où la diversification s'imposera. Les entreprises ne se reposent pas sur leurs lauriers et n'attendent pas que le ciel leur tombe sur la tête. Elles prennent cette perspective très au sérieux.

M. Szabo: Je vous remercie, monsieur le président.

Le vice-président (M. Pagtakhan): J'aurais quelques questions à poser. Madame Pickard vous avez posé des questions au sujet de l'étude effectuée dans le Toronto métropolitain. Ajoutez-vous foi à ces résultats?

M. Majesky: Il me semble tout aussi valable que n'importe quelle autre.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Combien de personnes avez-vous interrogées?

M. Majesky: Nous avons rencontré 10 associations étudiantes.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Les avez-vous choisies au hasard?

M. Majesky: Nous avons misé uniquement sur le hasard.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Avez-vous publié le résultat de vos études?

M. Majesky: Non, car ce n'était notre intention au départ.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Changeons de cap. À votre avis, fumer crée-t-il une dépendance?

M. Majesky: Je viens d'une famille où mes deux parents étaient fumeurs.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Fumer crée-t-il une dépendance ou non?

M. Majesky: Je le crois. L'exposition de non-fumeurs à la fumée de cigarettes me met mal à l'aise. Nous ne nions pas que la cigarette soit nocive.

[Texte]

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): So you believe equally that smoking causes damage to health?

Mr. Majesky: I certainly do, and if we want to get honest about it, let's ban them altogether, tax them to high heaven and close up the border so that Canada is a smoke-free zone. We made it a nuclear-free zone at one time. Let's get with it.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): And you equally believe that anything conceivable that could reduce smoking—tobacco consumption—is worth a trial at the very least?

Mr. Majesky: Not at the risk of rolling the dice and risking 1,200 jobs that are at stake. You had better be sure both feet are planted on the ground and you allow the industry to adjust after Bill C-51.

This stuff is in the can already. Let it hit the market. Let's study it. If you want to talk about studies and empirical evidence, let's see where we went wrong. Gar Mahood went to Queen's Park last week and said he designed these things.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): That's not my question.

Mr. Majesky: Now, these things are obsolete.

I have a little trouble with following the players as they move through this issue. Two years ago they took ownership of something that was great and the best thing since sliced bread. Now they want to dump it and go on to plain packaging.

• 1220

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Maybe I'll ask Mrs. Ur to pose the last question.

Mrs. Ur: I have more than one question, and I'd like to take my time to maybe say a few words.

I don't know whether your presentation this morning really addresses the health committee's concerns here. We're here to study plain packaging as it relates to stopping young people from smoking. It appears in your presentation this morning, and I quote from your summary, that "this is an issue which is a concern to both business, labour and government". I don't see health written in that particular statement. Then it goes on to say:

Unfortunately, there has been very poor partnership, which was something we expected from the Chrétien government.

I take exception to that and I guess I'm entitled to my opinion on it.

There's a window of opportunity in which to build trust, partnership, and cooperation through a sectoral initiative, in which all stakeholders will participate in the process of change.

Is that not what we are doing here this morning?

Mr. Majesky: This committee is not the vehicle for a sectoral process; it's a committee of Parliament. But it may be the beginning, because what flows out of this committee hopefully may be a recommendation that says to the packaging

[Traduction]

Le vice-président (M. Pagtakhan): Vous êtes donc convaincu que fumer nuit à la santé?

M. Majesky: Je le crois effectivement. Si l'on veut agir honnêtement, alors interdisons carrément les produits du tabac, frappons-les de taxes faramineuses et fermons la frontière pour faire en sorte que le Canada soit une société sans fumée, tout comme il fut, à une certaine époque, une zone dénucléarisée. Passons aux actes.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Êtes-vous tout aussi convaincu que tout moyen qui permettrait de réduire le tabagisme, c'est-à-dire la consommation de produits du tabac, mérite qu'on en fasse à tout le moins l'essai?

M. Majesky: Pas au risque de 1 200 emplois. Vous feriez mieux de vous assurer que vous êtes en terrain sûr et de donner à l'industrie le temps de s'adapter, une fois le projet de loi adopté.

L'affaire est déjà entendue, de toute façon. Voyons quel en serait l'effet sur le marché, étudions-en les conséquences. Si vous voulez parler d'études et de preuves empiriques, voyons comment on s'est fourvoyés. Gar Mahood est allé à Queen's Park, la semaine dernière, et il a dit que c'était ce qu'il faisait.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Ce n'était pas là ma question.

M. Majesky: Ces choses sont maintenant désuètes.

Je n'éprouve pas de difficultés à suivre les acteurs dans cette pièce. Il y a deux ans, ils se sont appropriés quelque chose de merveilleux, la plus grande invention depuis la production de masse. Maintenant, ils sont prêts à les rejeter et veulent passer aux emballages banalisés.

• 1220

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je demanderai peut-être à Mme Ur de poser la dernière question.

Mme Ur: J'ai plus d'une question, et j'aimerais, auparavant, dire quelques mots.

J'ignore si votre exposé de ce matin correspond vraiment aux attributions du comité de la santé. Nous sommes mandatés pour étudier l'emballage banalisé comme moyen d'arrêter les jeunes de fumer. Il semble, dans votre exposé de ce matin, et je cite un passage du résumé —que «l'enjeu intéresse le monde des affaires, le milieu syndical et le gouvernement». La santé n'y ait pas mentionné. Plus loin, on peut lire:

Malheureusement, la collaboration entre les intéressés n'a pas été très efficace, chose à laquelle nous nous attendions de la part du gouvernement Chrétien.

Cette déclaration m'offusque et j'ai droit à mon opinion, je suppose.

Voici l'occasion rêvée de jeter des fondements d'un climat de confiance, d'un partenariat, d'une collaboration par l'entremise d'une initiative sectorielle où tous les intéressés participeraient au processus de changement.

N'est ce pas ce que nous sommes en train de faire ici, ce matin?

M. Majesky: Le comité n'est pas la tribune idéale pour une initiative sectorielle; il s'agit après tout d'un comité parlementaire. Cependant, il peut peut-être servir de précurseur, car il recommandera peut-être, nous l'espérons, une

[Text]

[Translation]

industry and to whatever federal ministry that's responsible for labour-management initiatives under Lloyd Axworthy's ministry: hey, look, let's get labour, government, and management together. I think, after talking to the stakeholders, that hasn't happened. This is not to suggest that what you're doing here can't be construed as that kind of a process, but you have to get all of us in a room together.

What Mr. Novak told me, which I thought quite astounding, was that the first meeting of the packaging industry, of all the disparate company interests, was the first ever because they operate as competition. For whatever reason, that's just not been in the culture of the industry. Maybe it requires more of that. It's a long process.

Mrs. Ur: It's not really for the health committee to organize those groups to get together. The onus is on the packaging companies to work as a unit, not for the health committee to suggest.

Mr. Majesky: But there's an implication.

Mrs. Ur: As to the 1,200 jobs being lost, I can't understand for the life of me why a company that has such high technology in printing would limit its abilities to just cigarette packaging. You're not suggesting that should plain packaging come in, we would be sending loose cigarettes in green garbage bags to the United States for packaging? Surely to God there are other packaging industries within Canada that have the capabilities for plain packaging. Perhaps the jobs would go to those businesses, which are maybe not quite as high paying as Shorewood.

Mr. Novak: I think if the jobs go to other companies, that's fair game in business. But what happens to the jobs that are lost? I came from a plant, FPC Flexible, where I worked for 22 years on the presses. I know in that plant the average age of the people who work there is 52 years. We have another plant in Toronto on Laird Drive where the average age is 51 years. Between those two plants they take in about 500 employees. Where are they going to find jobs?

Mrs. Ur: The packages still have to be printed. Maybe they're not going to get the same dollar value as this high-technology packaging, but you can't tell me there aren't going to be jobs. They may not have the same dollar figures, but there will still be jobs in packaging. They're not going to sell them in big buckets in the corner stores.

Mr. Novak: Maybe they won't have to print them, because the people who are promoting the generic packaging are saying it's going to reduce smoking quite an amount. Maybe they won't have to be printed anywhere.

Mrs. Ur: So it doesn't matter whether it's going to be printed packages or no packages then.

Mr. Novak: No.

Mrs. Ur: Thank you.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you for your presentation.

concertation de l'industrie de l'emballage et le ministère fédéral responsable des initiatives patronales et syndicales, sous la direction de M. Lloyd Axworthy, de se concerter. Après avoir rencontré les intéressés, je ne crois pas que cela se soit produit. Je ne laisse pas entendre que vos travaux ne puissent être utile à un tel processus, mais il faut d'abord réunir chacun d'entre nous dans la même pièce.

M. Novak m'a fait une déclaration absolument étonnante: que la première réunion de l'industrie de l'emballage, des diverses entreprises intéressées, était inédite car, jusqu'ici on ne parlait pas à la concurrence. Quelle qu'en soit la raison, l'industrie n'en avait tout simplement pas l'habitude. Il faudrait peut-être multiplier ces échanges. Le processus est long.

Mme Ur: Il n'appartient pas vraiment au comité de la santé d'organiser ses groupes, mais bien aux entreprises d'emballage de faire front commun. Ce n'est pas au comité de le proposer.

Mr. Majesky: On peut toutefois le laisser entendre.

Mme Ur: Quant aux 1 200 emplois en péril, je suis incapable de comprendre pourquoi une entreprise qui possède des presses de haute technologie se bornerait à faire des emballages de cigarettes. Vous n'êtes pas en train de dire que, si les emballages banalisés étaient imposés, nous enverrions des lots de cigarettes en vrac, dans de gros sacs verts, aux États-Unis pour les faire emballer? Il existe certainement d'autres entreprises d'emballage au Canada qui peuvent produire les emballages banalisés. Les emplois iraient peut-être à ces entreprises, qui ne sont peut-être pas aussi rentables que Shorewood.

M. Novak: Si les emplois se déplacent vers d'autres entreprises, c'est la vie, en affaires. Mais qu'arrivera-t-il, par contre, aux emplois qui seront perdus? Pendant 22 ans, j'ai travaillé comme opérateur de presse dans une usine, FPC Flexible. L'âge moyen des travailleurs de cette usine est de 52 ans. Dans une autre usine de Toronto, sur Laird Drive, l'âge moyen est de 51 ans. Les deux usines réunies emploient environ 500 travailleurs. Où se trouveront-ils un autre emploi?

Mme Ur: Il faudra quand même imprimer les emballages. Ceux-ci ne rapporteront peut-être pas autant que les emballages de haute technologie, mais les emplois seront là. Les emballages ne rapporteront peut-être pas autant, mais il y aura toujours de l'emploi dans l'emballage. Ils ne vendront pas les cigarettes au magasin du coin, dans de grands récipients.

M. Novak: Ils n'auront peut-être pas besoin d'en imprimer, puisque les partisans de l'emballage banalisé disent qu'ils réduiraient considérablement le tabagisme. On n'aura peut-être plus besoin d'en imprimer du tout.

Mme Ur: Il importe donc peu de savoir si les cigarettes de vendront dans les emballages imprimés ou sans emballage.

Mr. Novak: Non.

Mme Ur: Je vous remercie.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Je vous remercie de votre exposé.

[Texte]

Mr. Majesky: Before we go, on the issue of the committee taking a view of one of the facilities, what would be the proper format in which to raise this with the committee, so that they understand what the industry is about?

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Please write to the clerk of the committee and we will bring it to our meeting. Thank you.

The meeting's adjourned.

[Traduction]

M. Majesky: Avant de partir, j'aimerais savoir comment il faut s'y prendre pour inviter le comité à venir visiter une installation, afin que les membres puissent se familiariser avec l'industrie?

Le vice-président (M. Pagtakhan): Veuillez écrire au greffier du comité, et nous étudierons l'invitation. Je vous remercie.

La séance est levée.

MAIL  **POSTE**

Canada Post Corporation/Société canadienne des postes

Postage paid

Port payé

Lettermail

Poste—lettre

8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Cœur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Cœur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Council on Smoking and Health:

David H. Hill, Q.C., President;

Heather Selin, Manager, Public Affairs and Communications;

Anne-Marie Comtois, Executive Assistant.

From the University of British Columbia:

Richard W. Pollay, Professor of Marketing.

From the Canadian Medical Association:

Richard J. Kennedy, President;

Carole Guzman, Associate Secretary General.

From the Tobacco and Illness Committee of the B.C. Medical Association:

Frederic Bass, Chairman.

From the Packaging Association of Canada:

Alan Robinson, President;

Steven Coulson, Chairman;

Lawrence Dworkin, Consultant, Government Affairs.

From F.P. Labour Consultant Services:

David Fletcher, President of the Graphic Communications Union N-1;

George Novak, Secretary-Treasurer of the Graphic Communications Union N-1;

Gary Majesky, Executive Vice-President;

Norman Smith, President, Local 7635, Graphic Communication Union, Smiths Falls.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

TÉMOINS

Du Conseil canadien sur le tabagisme et la santé:

David H. Hill, c.r., président;

Heather Selin, gérante, Affaires publiques et communications;

Anne-Marie Comtois, adjointe exécutive.

De l'Université de la Colombie-Britannique:

Richard W. Pollay, professeur de marketing.

De l'Association médicale canadienne:

Richard J. Kennedy, président;

Carole Guzman, secrétaire générale associée.

Du Comité sur le tabac et la maladie de l'Association médicale de la C.-B.:

Frederic Bass, président.

De l'Association canadienne de l'emballage:

Alan Robinson, président;

Steven Coulson, président;

Lawrence Dworkin, consultant, Affaires gouvernementales.

De «F.P. Labour Consultant Services»:

David Fletcher, président de la «Graphic Communications Union N-1»;

George Novak, secrétaire-trésorier de «Graphic Communications Union N-1»;

Gary Majesky, vice-président exécutif;

Norman Smith, président, Local 7635, «Graphic Communication Union, Smiths Falls».

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

X C. 28

- N39

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 8

Thursday, May 5, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 8

Le jeudi 5 mai 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la

Health

Santé

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging of Tobacco Products

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la banalisation des produits du tabac

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, MAY 5, 1994

(13)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 9:03 o'clock a.m. this day, in Room 701, La Promenade, the Chair, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Pierre de Savoye, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Rose-Marie Ur.

Acting Member present: Bonnie Brown for Paul Szabo.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Nancy Miller-Chénier and Tom Curran, Research Officers.

Witnesses: From Lawson Mardon Packaging: Marcel Pilon, Senior Vice-President; Richard Pileski, Vice-President, Planning and Business; David Stacey, Business Unit Director, Lawson Mardon Flexible; Ron Syrkos, General Manager, Lawson Mardon Montreal. From Kromacorp: Hamish Somerville, President and owner; Laurie Saywell, Vice-President, Manufacturing; Steve Abbott, Senior Vice-President, Sales and Marketing. From the Canadian Oncology Society: Michael Goodyear, Spokesperson on Tobacco and Health. From the Canadian Council of Grocery Distributors: Darrell M. Rushton, President, Wholesale Operations; Michel Nadeau, Vice-President, Public Affairs and Member Services; Michel Fafard, Director, Retail and Cash & Carry Operations, "Hudon et Deaudelin Ltée". From Physicians for a Smoke-Free Canada: Andrew Pipe, Director; Catherine A. Rudick, Executive Director. From the Ontario Convenience Stores Association: Russell Egerdie, Executive Director; Arnold Kimmel, Director.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee proceeded to its study on Plain Packaging of Tobacco Products (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, April 12, 1994, Issue No. 1.*)

Marcel Pilon made a statement and, with Ron Syrkos of Lawson Mardon Packaging, answered questions.

At 9:32 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:34 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witnesses from Kromacorp made statements and answered questions.

At 10:04 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:08 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witness from the Canadian Oncology Society made a statement and answered questions.

At 10:30 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:32 o'clock a.m., the sitting resumed.

Michel Nadeau made a statement and, with Michel Fafard of the Canadian Council of Grocery Distributors, answered questions.

At 11:04 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:07 o'clock a.m., the sitting resumed.

PROCÈS-VERBAL

LE JEUDI 5 MAI 1994

(13)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 9 h 03, dans la salle 701 de l'immeuble La Promenade, sous la présidence de Roger Simmons (*président*).

Membres du Comité présents: Pierre de Savoye, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Rose-Marie Ur.

Membre suppléant présent: Bonnie Brown pour Paul Szabo.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Nancy Miller-Chénier et Tom Curran, attachés de recherche.

Témoins: De Lawson Mardon Packaging: Marcel Pilon, premier vice-président; Richard Pileski, vice-président, Planification et affaires; David Stacey, directeur de l'Unité des affaires, Lawson Mardon Flexible; Ron Syrkos, gérant général, Lawson Mardon Montréal. De Kromacorp: Hamish Somerville, président et propriétaire; Laurie Saywell, vice-présidente, Fabrication; Steve Abbott, premier vice-président, Ventes et marketing. De la Société d'oncologie du Canada: Michael Goodyear, porte-parole sur le tabac et la santé. Du Conseil canadien de la distribution alimentaire: Darrell M. Rushton, président, Vente en gros; Michel Nadeau, vice-président, Affaires publiques et Services aux membres; Michel Fafard, directeur, Exploitation de détail, Hudon et Deaudelin Ltée. Des Médecins pour un Canada sans fumée: Andrew Pipe, directeur; Catherine A. Rudick, directrice exécutive. De Ontario Convenience Stores Association: Russell Egerdie, directeur exécutif; Arnold Kimmel, directeur.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend l'étude de la banalisation des produits du tabac (*voir les Procès-verbaux et témoignages du mardi 12 avril 1994, fascicule n° 1.*)

Marcel Pilon fait un exposé puis, avec Ron Syrkos, de Lawson Mardon Packaging, répond aux questions.

À 9 h 32, la séance est suspendue.

À 9 h 34, la séance reprend.

Les témoins Kromacorp font des exposés et répondent aux questions.

À 10 h 04, la séance est suspendue.

À 10 h 08, la séance reprend.

Le témoin de la Société d'oncologie du Canada fait un exposé et répond aux questions.

À 10 h 30, la séance est suspendue.

À 10 h 32, la séance reprend.

Michel Nadeau fait un exposé puis, avec Michel Fafard, du Conseil canadien de la distribution alimentaire, répond aux questions.

À 11 h 04, la séance est suspendue.

À 11 h 07, la séance reprend.

The witnesses from Physicians for a Smoke-Free Canada made statements and answered questions.

At 11:34 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:36 o'clock a.m., the sitting resumed.

Russell Egerdie made a statement and, with the other witness from the Ontario Convenience Stores Association, answered questions.

At 12:03 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Les témoins des Médecins pour un Canada sans fumée, font des exposés et répondent aux questions.

À 11 h 34, la séance est suspendue.

À 11 h 36, la séance reprend.

Russell Egerdie fait un exposé puis, avec l'autre témoin de Ontario Convenience Stores Association, répond aux questions.

À 12 h 03, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

La greffière du Comité

Clerk of the Committee

Carmen DePape

[Texte]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Thursday, May 5, 1994

[Traduction]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le jeudi 5 mai 1994

• 0903

The Chairman: I call this meeting to order.

Our first witnesses are from Lawson Mardon Packaging. In case you haven't been around, let me tell you that I'm not very big on long speeches, either my own or anybody else's. The purpose of the exercise is to hear and understand witnesses, and that presumes that we should give members of Parliament an opportunity to question witnesses. If the witnesses talk all the time we don't get that opportunity, so I would ask you to be fairly brief in your opening statement.

Most witnesses give us the opening statement beforehand, so that we can do our homework. You've not done that, but that's more your problem than ours. Please summarize what you have in front of you. Your statement will become part of our record and part of our input when we prepare our final report anyway. What's important to us this morning is that we have an exchange of views, because unless you've made some new discoveries, I'm sure we won't hear a lot that's terribly new. We'll hear things that reinforce a point of view, and that we appreciate.

Before proceeding with a brief opening statement, please introduce your colleagues.

Mr. Marcel Pilon (Senior Vice-President and Chief Operating Officer for North America, Lawson Mardon Packaging): With me this morning are Richard Pileski, vice-president of planning and marketing, and David Stacey, who operates one of our flexible packaging plants in Weston, near Toronto. Mr. Ron Syrkos is from Lachine, Quebec, which produces the cartons for the tobacco products. That's basically the team we have here.

• 0905

Realizing from your comments, Mr. Simmons, that you're not prepared to listen to the full brief, which would take about ten minutes, I will try to—

The Chairman: If you want to do it that way, I would just give you some guidance. The more time you talk, the less time you have for an exchange.

Mr. Pilon: I really want to try to point out three key messages from the brief. First of all, plain packaging, as you have heard from many others already, will have a devastating economic effect on the packaging industry, particularly our company. We are one of the largest companies producing packaging for the industry. We employ 1,200 employees altogether in Canada, of which 400 employees are directly involved in the tobacco industry.

Our company has been focused considerably on packaging for tobacco products for many years. At Dave Stacey's plant, 30% is directed at the flexible packaging for tobacco products, while at Mr. Syrkos's plant, where there are 120 employees, 90% is involved with tobacco products. So 90% of its production is directed specifically at cartons for the tobacco industry.

Le président: La séance est ouverte.

Nos premiers témoins représentent Lawson Mardon Packaging. Si vous ne le savez pas, laissez-moi vous dire que je ne suis pas très fort sur les longs discours, qu'ils soient de moi ou de quelqu'un d'autre. Le but de l'exercice est d'entendre et de comprendre des témoins: il faut donc donner aux députés la chance de les interroger. Si les témoins passent tout leur temps à parler, nous n'en avons pas la chance et c'est pourquoi je vous demande d'être assez brefs dans vos propos d'ouverture.

La plupart des témoins nous remettent leur déclaration d'ouverture d'avance afin que nous puissions faire nos devoirs. Vous ne l'avez pas fait, mais c'est bien plus votre problème que le nôtre. Veuillez résumer votre mémoire et votre déclaration sera consignée au compte rendu. Nous en tiendrons compte dans la rédaction de notre rapport final. Ce qui nous importe ce matin, c'est d'avoir un échange de vues parce que si vous n'avez pas fait de découvertes nouvelles, je suis sûr que nous n'entendrons pas grand nouveau. Nous entendrons des arguments à l'appui d'un point de vue, et nous le comprenons.

Avant de faire votre brève déclaration d'ouverture, veuillez nous présenter vos collègues.

M. Marcel Pilon (vice-président principal et chef de l'exploitation pour l'Amérique du Nord, Lawson Mardon Packaging): M'accompagnent ce matin Richard Pileski, vice-président, planification et marketing, ainsi que David Stacey, qui dirige une de nos usines d'emballage souple à Weston, près de Toronto. M. Ron Syrkos est de Lachine (Québec), où notre usine produit les cartons pour les produits du tabac. Voilà essentiellement notre équipe.

Comme vous avez dit, monsieur Simmons, que vous n'êtes pas prêt à entendre le mémoire au complet, ce qui prendrait environ 10 minutes, j'essaierai... .

Le président: Si vous voulez procéder ainsi, je vais vous donner quelques conseils. Plus vous parlez longtemps, moins vous aurez de temps pour un échange de vues.

M. Pilon: Je veux vraiment essayer de souligner trois messages clés du mémoire. Tout d'abord, comme beaucoup d'autres témoins l'ont déjà affirmé, la banalisation des produits du tabac aura un effet économique dévastateur sur l'industrie de l'emballage et sur notre entreprise en particulier. Nous sommes un des plus gros producteurs d'emballages pour l'industrie. Nous employons 1 200 personnes au Canada, dont 400 travaillent directement pour l'industrie du tabac.

Notre entreprise concentre depuis des années une grande partie de ses activités sur les emballages de produits du tabac. À l'usine de Dave Stacey, les emballages flexibles pour produits du tabac représentent 30 p. 100 des activités, tandis qu'à celle de M. Syrkos, qui compte 120 employés, ce pourcentage atteint 90 p. 100. Cette usine consacre donc 90 p. 100 de ses activités directement à la production de cartons pour l'industrie du tabac.

[Text]

This is where the biggest impact would occur in our nine plants across Canada. It's very much a concern to us. We have about \$40 million worth of assets directed at this business. Recently, in order to meet the requirements of the new Bill C-51, phase two, we had to add additional equipment because of the additional colours the black and white required. We've invested both in the Montreal plant and in the Toronto plant close to \$10 million to meet these requirements, as we are one of the largest suppliers in this business.

Those are critical things for us. If it was to go to black and white, plain packaging, there's no doubt that we would not require the sophisticated equipment or the sophisticated skills that are together involved in the rotogravure process. We would have to look at shifting this business elsewhere—more than likely closer to the U.S., as we are not now involved in the U.S. tobacco industry other than on an export basis. It is clear that if our customers, our manufacturers of tobacco products in the U.S., were to enlist and give us additional business, we would be required to place our plants closer to North Carolina or Georgia, where these plants are situated. We would not be able to continue to export to the U.S. or to Mexico from here. As you know, most companies want to see a captive plant very close to their operation in order to give them their support.

Clearly, from our point of view, the investment and the business confidence within our company and within the environment would be shaken by the new rules you're contemplating. We would definitely have to close these plants over the next couple of years, as there are no other businesses of this nature requiring the sophistication of these packages. This is not said lightly. We have been involved in confectionery and other food products, and it's clearly a situation where there isn't the type of product line with the complexities of some of these products you have seen.

What you see in front of me are samples of the new Bill C-51. This is the point we would like to make today. We hope the committee and the government recognize that the substantial difference they have made in the packaging will have a major impact on the consumption of tobacco through education.

We know for sure that the years we have spent producing these packages have not increased the consumption of tobacco products. Packaging is really in the business of trying to shift from one brand to the other. Whether or not there's an introduction of a new pack... I recall that whenever Matinée was launched, this was a new pack, a new changed packaging. All it does is basically attack another brand of a competitor and does nothing about an increase in consumption.

With the introduction of this particular new black-on-white or white-on-black package, I believe the education program stipulated by the government will have another major impact and it will be recognized by the smokers that it is not a very healthy situation.

[Translation]

C'est celle de nos neuf usines au Canada qui souffrirait le plus, ce qui nous préoccupe énormément. Nous avons investi environ 40 millions de dollars dans ce secteur d'activité. Afin de satisfaire aux exigences du deuxième volet du nouveau projet de loi C-51, nous avons dû récemment ajouter de l'équipement à cause des couleurs supplémentaires nécessaires au noir et blanc. Nous avons investi, dans l'usine de Montréal et celle de Toronto, près de 10 millions de dollars pour répondre à ces exigences, car nous sommes un des plus gros fournisseurs de l'industrie.

Voilà des aspects critiques pour nous. Si l'on passe aux emballages banalisés en noir et blanc, il est certain que nous n'aurons pas besoin du matériel ni des compétences complexes qui servent à la rotogravure. Nous devrions envisager de transférer ces activités ailleurs et fort probablement de les rapprocher des États-Unis où nous ne faisons qu'exporter. Il est clair que si nos clients, fabricants américains de produits du tabac, nous donnaient plus de travail, nous devrions rapprocher nos usines de la Caroline du Nord ou de la Géorgie, où se trouvent les leurs. Nous ne pourrions continuer à exporter d'ici vers les États-Unis ou le Mexique. Comme vous le savez, la plupart des entreprises aiment avoir une usine captive très proche de la leur afin de l'appuyer.

Les nouvelles règles que vous envisagez ébranleraient évidemment la confiance des investisseurs et des gens d'affaires de notre entreprise et de notre milieu. Nous devrions certainement fermer ces usines au cours des deux prochaines années, car aucun autre secteur d'activité de cette nature n'a besoin d'emballages aussi complexes. Je ne tiens pas ces propos à la légère. Nous oeuvrons dans le secteur de la confiserie et de l'alimentation et c'est clairement un cas où il n'y a pas de gamme de produits aussi complexes que certains de ceux que vous avez vus.

J'ai devant moi des spécimens de produits conformes au nouveau projet de loi C-51. C'est le point que nous voulons faire valoir aujourd'hui. Nous espérons que le comité et le gouvernement reconnaîtront que c'est par la voie de l'éducation que la différence importante qu'ils ont faite au niveau de l'emballage aura des répercussions majeures sur le tabagisme.

Nous sommes convaincus que les années que nous avons consacrées à la production de ces emballages n'ont pas entraîné de hausse du tabagisme. L'emballage vise en réalité à attirer les clients d'une marque vers une autre. Qu'on implante ou non un nouveau paquet... Je me rappelle que chaque fois qu'elle lançait un nouveau produit, Matinée utilisait un emballage nouveau ou modifié. Tout ce que fait le nouveau produit, c'est s'attaquer à une autre marque concurrente: il ne fait rien pour augmenter la consommation.

• 0910

Avec la mise en œuvre de ce nouvel emballage noir sur blanc ou blanc sur noir, le programme d'éducation imposé par le gouvernement aura un autre impact majeur. Les fumeurs reconnaîtront que leur habitude n'est pas très saine.

[Texte]

From our point of view, we believe the government has done as much as it should relative to the packaging side of it. As you well know, we're kind of the meat in the sandwich. We're stuck in between. We produce a product for the manufacturers. They are our clients.

These are legal products, whether it be confectionery, cholesterol-filled product lines, or whatever the case may be. We produce the packaging for the manufacturers of these particular products, whether it be food, household products, or tobacco products. As they're legal products, we feel clearly that you should allow us to be in this business properly and to meet the requirements of our shareholders.

I'm sure my last point has been stated before. There is no point in looking at the current research that exists. I believe the research that exists relative to the consumption of tobacco and the impact of plain packaging would, in your opinion as well as everybody else's, not be substantive.

In our population of smokers, I believe 120 people are not sufficient to try to indicate that plain packaging would have a deterrent effect, in terms of either the onset of smoking by young people or the incremental or decrease in the smokers themselves.

I'd like to point out that I believe the committee should demand a considerable amount of additional information and research relative to plain packaging before any decisions are made of this nature.

The final point I'd like to make is that we clearly believe that plain packaging will lead to substantial counterfeiting and contraband. The concern we would have, if we were involved in your chair, would be that these products, relative to contraband, would be produced without any health control. Anybody could produce these products.

What knowledge would you have that these tobacco products that would be contraband and counterfeited would contain the amount of nicotine or products or the types of tobacco products that are controlled currently by the three manufacturers in Canada, which I believe work very closely with the government to ensure that the products are of a quality and nature that are indicated on the package?

Those are really the four points that I want to make. There is a lot of additional information in the brief relative to the impact on our company and to the amount of salaries that are being paid within our company, but I believe those are the clear points that we would like to make this morning.

I'm prepared to answer any questions, French or English. We will do the best to answer them all.

Le président: Merci beaucoup. Monsieur Pierre de Savoye.

M. de Savoye (Portneuf): Merci beaucoup, monsieur le président.

J'ai apprécié votre présentation, monsieur Pilon. J'ai peut-être quelques observations à faire et ensuite je vous poserai une question bien précise.

D'abord, vous avez raison. Ce comité, depuis plusieurs séances, déplore qu'on ait fait la preuve que l'emballage banalisé n'aura pas les effets escomptés, mais il faut être optimiste et espérer que quelqu'un viendra bientôt nous prouver, au contraire, les conséquences positives de l'emballage banalisé.

[Traduction]

Nous sommes d'avis que le gouvernement a fait tout ce qu'il devait faire au sujet de l'emballage. Vous savez très bien que nous sommes en quelque sorte la viande du sandwich. Nous sommes pris entre les deux. Nous offrons un produit aux fabricants qui sont nos clients.

Ces produits sont légaux, qu'il s'agisse de confiseries ou de produits bourrés de cholestérol. Peu importe. Nous produisons les emballages pour les fabricants de ces produits en particulier, qu'il s'agisse d'aliments, de produits ménagers ou de produits du tabac. Comme ces produits sont légaux, nous sommes convaincus que vous devriez nous permettre d'agir comme il se doit dans ce secteur d'activité et de répondre aux exigences de nos actionnaires.

Je suis persuadé que l'on a déjà évoqué mon dernier point. Il ne sert à rien d'étudier la recherche en cours sur le tabagisme et sur l'impact de la banalisation, qui ne porte pas sur le fond de la question selon nous et selon tous les autres intervenants.

Dans notre population de fumeurs, 120 personnes ne suffisent pas pour conclure que la banalisation aurait un effet de dissuasion sur les jeunes, que ce soit pour les empêcher de fumer, ou pour augmenter ou diminuer la consommation chez les fumeurs mêmes.

Le comité devrait exiger une masse considérable de renseignements supplémentaires et de résultats de recherche sur la banalisation avant de prendre de telles décisions.

Enfin, nous sommes convaincus que la banalisation entraînera beaucoup de contrefaçon et de contrebande. À votre place, nous craindrions que ces produits de contrebande ne soient fabriqués sans aucun contrôle sanitaire. N'importe qui pourrait en fabriquer.

Comment savoir si les produits du tabac entrés en contrebande et contrefaits contiennent les mêmes quantités de nicotine ou de produits ou de types de produits du tabac actuellement contrôlés par les trois fabricants du Canada qui, sauf erreur, collaborent de très près avec le gouvernement afin d'assurer que les produits sont de la qualité et de la nature indiquées sur l'emballage?

Voilà en réalité les quatre points que je veux faire valoir. Le mémoire contient beaucoup de renseignements supplémentaires au sujet de l'impact de ces mesures sur notre entreprise et des salaires payés par celle-ci. Voilà toutefois les points précis que nous voulons faire valoir ce matin.

Nous ferons tout notre possible pour répondre à toutes vos questions, en français ou en anglais.

The Chairman: Thank you very much. Mr. Pierre de Savoye.

Mr. de Savoye (Portneuf): Thank you very much, Mr. Chairman.

I appreciated your presentation, Mr. Pilon. I have a few comments and then a very precise question.

First of all, you are right. Over the last several sittings, this committee deplores that it has been demonstrated that plain packaging would not have the desired impact, but one must be optimistic and hope that somebody will soon demonstrate the contrary, meaning the positive impact of plain packaging.

[Text]

[Translation]

• 0915

Je suis aussi sensible à ce que vous prétendez au sujet de la contrefaçon. Il est certain qu'en matière de contrefaçon, s'il y a un profit, et c'est toujours l'élément moteur premier, certaines personnes n'hésiteront pas à utiliser des moyens élaborés pour contrefaire des choses complexes. Pensons aux billets de banque. Pensons aussi plus récemment, au Québec, à la contrefaçon de paquets de cigarettes qui sont vendus couramment sur le marché à partir d'usines situées en Amérique du Sud. Ces paquets sont arrivés au Québec, et par conséquent, je ne suis pas très sûr que l'argument de la contrefaçon est un argument parfaitement étanche, car tout dépend du profit que le contrebandier y trouve.

Mais ce qui m'intéresse plus particulièrement, et c'est ce qui est sans doute la partie importante de votre propos, ce sont ces emplois qui seraient mis en jeu dans votre industrie. Est-ce que vous pourriez me dire dans quel secteur de l'industrie vous êtes impliqué? Si je comprends bien, et vous me le confirmerez ou vous me corrigerez, vous imprimez à partir de procédés de rotogravure, les emballages de cigarettes que vous expédiez aux entreprises qui fabriquent les cigarettes, afin qu'elles puissent les empaqueter. Est-ce exact?

M. Pilon: Exactement, oui. Autant du côté du produit flexible qu'on appelle le *overwrap*, que les boîtes de carton.

M. de Savoye: L'emballage extérieur et le paquet lui-même.

M. Pilon: Et la chose intérieure. Et nous sommes aussi impliqués dans la présentation du papier d'aluminium ou *foil*, pour l'intérieur, appelé aussi le *bundle wrap*.

M. de Savoye: Monsieur Pilon, quelles seraient les caractéristiques minimales que devrait avoir un paquet banalisé pour que les services d'une entreprise comme la vôtre puissent être requis? Au minimum, cela doit ressembler à quoi?

M. Pilon: Pour nous, ce qui est important au niveau des produits du tabac, c'est l'utilisation de la rotogravure. Je voudrais préciser deux points. Tout d'abord, comme vous le remarquez, il y a une grande utilisation de produits *gold*, d'encre dorée, et la rotogravure est la meilleure technique pour produire ces lignes avec de l'encre argentée ou dorée. Cela est la première chose importante.

Deuxièmement, du point de vue des applications de la rotogravure, il faut dire que la rotogravure permet non seulement d'imprimer, mais permet aussi l'embossage des marques en ligne, ce qui est très important. De plus, après avoir fait l'embossage qui fait ressortir la marque, le procédé permet la coupe et le *crease*, c'est à dire qu'il fait les plis spécifiquement, tout en ligne.

Sur le carton, c'est le seul procédé qui permet de faire les trois ou quatre opérations en même temps. C'est un point essentiel.

En ce qui concerne l'intégration du message, parce que les lignes sont très petites, c'est la rotogravure, les cylindres produits par des compagnies comme *Rototone* et *Southern Gravure*, qui peuvent représenter les petits messages très importants, d'une façon propre. C'est aussi très important.

Sur le côté flexible, c'est la même chose. Là, nous faisons d'autres applications, parce que non seulement l'extérieur du produit est imprimé, mais l'intérieur est conditionné pour le *hot melt* qui aide à la fermeture du paquet lorsque les huit ou dix paquets sont emballés. L'application du *hot melt* est très important car il enregistre les informations à l'intérieur du paquet.

I am also aware of what you are saying about counterfeiting. In the matter of counterfeiting, if there is a profit to be made, which is always the prime motive, some people will have no hesitation to use sophisticated means to counterfeit complex products. Just think about bank notes. Think also about what happened more recently in Quebec about counterfeit cigarette packages sold currently on the market coming from plants located in South America. These packages arrive in Quebec and consequently I am not at all sure that the argument about counterfeiting is watertight, since all depends on the profit to be gained by the smuggler.

However, what I am interested in more particularly, and that is undoubtedly the most important part of your intervention, is the jobs which might be endangered in your industry. Could you tell me in what segment of the industry you are involved? I understand, and I stand to be corrected, that you use rotogravure to print cigarette packages that are shipped to cigarette makers for packaging. Is that correct?

Mr. Pilon: Yes. As much for the flexible product called overwrap than for cardboard.

Mr. de Savoye: The outer wrap and the package itself.

Mr. Pilon: And the inner wrap. We are also involved with the production of foil, also called bundle wrap.

Mr. de Savoye: Mr. Pilon, what would be the minimum characteristics that a plain package should have for the services of company such as yours to be required? What should be the minimum?

Mr. Pilon: For us, the important thing at the tobacco products level is the use of rotogravure. There are two points I want to make. First of all, as you will notice, gold products, gold ink, are used extensively and rotogravure is the best technique to produce such lines with silver or gold ink. That sums up the first important point.

Secondly, from the point of view of rotogravure applications, it must be said that rotogravure allows not only for printing, but also for embossing lines, which is very important. Moreover, once the embossing highlighting the brand has been done, the process allows for cutting and creasing, that is specific folds, all aligned.

On the carton, this is the only process which allows for all three or four operations simultaneously. That is essential.

As for printing the message, since the lines are very thin, these small and very important messages can be produced by rotogravure, cylinders produced by companies such as Rototone and Southern Gravure. That also is very important.

As far as the flexible wrap is concerned, the same thing is true. In that case, we have other applications because not only is the outer surface of the product printed, but the inner part is also conditioned for hot melt which helps close the carton when the eight or ten packages are wrapped. The hot melt application is very important, for information is printed inside the package.

[Texte]

Et pour la même application, la rotogravure est très importante pour les petites lignes minces qui représentent les produits.

Sur le côté de cet emballage, généralement il n'y a pas d'embossage. L'embossage est seulement au niveau de certains produits.

Il y a beaucoup de produits quand même, comme Export qui n'ont pas de représentation d'embossage. Alors, ce qui est important pour nous, c'est la représentation des lignes à l'intérieur. La rotogravure est beaucoup plus spécifique, il y a moins de changements de couleurs de l'une à l'autre.

• 0920

M. de Savoye: Pour résumer et m'assurer que j'ai bien compris. Si j'ai bien compris, les services d'entreprises comme la vôtre deviennent extrêmement compétitifs, voire exclusifs, si on a l'ensemble de ces caractéristiques, parce que seul le procédé de rotogravure permet de faire l'ensemble de ces opérations d'un seul coup.

M. Pilon: C'est très spécialisé.

M. de Savoye: Et si un paquet banalisé recourrait à ce genre de besoin, vous seriez en affaires.

M. Pilon: La seule chose qui nous inquiète du côté de la banalisation des produits c'est le fait de n'avoir que du noir et du blanc. S'il y a 155 marques dont les paquets seront tous de la même couleur, soit noir ou blanc, ou jaune, ou noir, il est certain que plusieurs de ces marques vont disparaître parce qu'elles vont toutes se ressembler. De plus, nous pouvons vous assurer que chacune de ces marques pourront se remplacer les unes les autres et ne feront pas augmenter la consommation des produits de tabac. Par conséquent, s'il y a 155 marques dans une compagnie, et 155 marques dans une autre compagnie, la représentation de toutes ces marques va diminuer et en conséquence, le potentiel des produits que nous fabriquons aussi.

Alors il ne restera peut-être que deux ou trois produits représentés, comme Marlboro, qui est la marque principale aux États-Unis. En tous cas, nos presses sont prévues spécifiquement à *short run*, à *response*, et à tous les points de vue pour nous aider à nous positionner sur ce marché.

M. de Savoye: Merci, monsieur Pilon.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Bienvenue. I would like to pursue the same line of questioning. How much of your market is export?

M. Pilon: In our case there's no export at all on the flexible side because this is specific to the Canadian market. On the other side, less than 15% of our particular product lines from the Montreal plant is exported.

Mr. Scott: How much of that is total?

M. Pilon: That's probably less than 5% of our total tobacco fabrication.

Mr. Scott: I think I understand the arguments put. In your opinion, there will be no decrease in consumption if we go to plain packaging.

[Traduction]

And for the same application, rotogravure is very important for thin lines identifying the products.

On the side of this package, there is generally no embossing. Embossing is done only in the case of certain products.

Several products on the list, such as Export, have no embossing. Then, what is important for us, is the lines inside. Rotogravure is much more specific and there are less colour changes from one to the other.

• 0920

M. de Savoye: I would like to summarize and to make sure that I understood correctly. If I am not mistaken, services of companies like yours become extremely competitive, even exclusive, when they have all these characteristics because the rotogravure process is the only one which allows all these operations in one shot.

M. Pilon: It is very specialised?

M. de Savoye: And if plain packaging required such possibilities, you would be in business.

M. Pilon: The only thing that worries us as far as plain packaging is concerned is having only black and white. If there are 155 brand packages, all of the same colour, that is black or white, yellow or black, several of these brands will certainly disappear because they will all look alike. Moreover, we can assure you that each and everyone of these brands might replace each other and will do nothing to increase consumption of tobacco products. Consequently, if there are 155 brands in one company and 155 brands in another company, all these brands will decrease in numbers and, consequently, so will the potential of our products.

So, there will be two or three products left maybe, such as Marlboro, which is the major brand in the United States. In any case, our presses are designed specifically for short run and all are designed to help us position ourselves in this market.

M. de Savoye: Thank you, Mr. Pilon.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Bienvenue. Je poursuis dans la même veine. Les exportations représentent quelle proportion de votre chiffre d'affaires?

M. Pilon: Nous n'exportons pas du tout de produits flexibles parce que c'est particulier au marché canadien. Par ailleurs, nous exportons moins de 15 p. 100 de nos gammes de produits de l'usine de Montréal.

Mr. Scott: De quel pourcentage de votre production totale s'agit-il?

M. Pilon: Probablement moins de 5 p. 100 de nos produits du tabac.

Mr. Scott: Je crois comprendre les arguments avancés. Selon vous, la banalisation ne réduira pas la consommation.

*[Text]**[Translation]*

Mr. Pilon: I think the decrease in consumption is occurring right at the moment.

Mr. Scott: Won't there be any more decrease in consumption?

Mr. Pilon: I don't believe there will be a major impact. There's no doubt that from an education standpoint this new warning will probably have an impact and we'll probably see some additional reduction. I don't believe plain packaging will do anything more, specifically the way some of the people are recommending there will be four or five different messages. At the end of the day it's going to become a bit of a farce.

Mr. Scott: Then basically someone is going to be producing a number of tobacco packages, about the same number independent of our decision. Whether they're produced by you or in your fashion or by someone else, they are going to be produced.

Mr. Pilon: They will be produced but more than likely not from the same process and they will have an impact substantially on the overall jobs. I clearly believe the sophisticated nine-colour or ten-colour presses we have specifically associated to this business would not be necessary. Anybody could produce it. Any man and pa shop would be able to produce it in a smaller operation.

Mr. Scott: But they still have to be produced.

Mr. Pilon: More than likely, yes. They still require the freshness and all the different aspects of it. But there's no doubt it would probably move, possibly to soft pack, that is, in the States, or whatever other types of packaging there might be.

Mr. Scott: Consequently, when you talk about the job losses, that's a gross figure not a net figure. Someone has to produce these packages.

Mr. Pilon: Yes, I would say they would be. Again, I would caution you that on the flexible side if we come out of the business, there are only three of us altogether who produce these packages. It does require very specific knowledge.

I have two plants in Toronto specifically for these product lines. If there was no added value, no specific, only black and white, I would shift this equipment to other types of product lines.

Mr. Scott: So in your own business operation you might even have to diversify in terms of finding other products.

• 0925

Mr. Pilon: Well, diversify or close those plants and move them into areas such as Chicago to be close to Kraft General Foods or into some other areas where the product lines will utilize the equipment.

Mr. Scott: What happens if there are packaging requirements for—granted, it would not be as colourful—sophisticated embossing and all those kinds of processes that are more sophisticated? I suggest that may be a possibility, only because many people have argued that if we make the packaging too simple, that hurts on the contraband side. There would be some logic to having a very sophisticated plain packaging exercise to take the contraband argument away as best we can.

What's your position in that world, if we were to have requirements that would cause plain packages to be produced with embossed warnings and so on?

M. Pilon: La consommation diminue déjà.

M. Scott: Ne diminuera-t-elle pas encore davantage?

M. Pilon: Je ne crois pas qu'il y aura d'impact majeur. Sur le plan de l'éducation, ce nouvel avertissement aura certainement un impact qui accentuera probablement la réduction. Je ne crois pas que la banalisation fera rien d'autre, étant donné plus particulièrement que certains recommandent quatre ou cinq messages différents. En bout de ligne, ce sera un peu de la blague.

M. Scott: Essentiellement alors, quelqu'un produira à peu près la même quantité de paquets de tabac, peu importe notre décision. Qu'ils soient produits par vous ou par quelqu'un d'autre, ces paquets seront quand même produits.

M. Pilon: Oui, mais fort probablement par d'autres méthodes, ce qui aura des répercussions importantes sur l'emploi total. Je suis convaincu qu'on n'aurait plus besoin des presses modernes à neuf ou dix couleurs que nous utilisons actuellement. N'importe qui, n'importe quelle micro-entreprise pourrait le faire.

M. Scott: On produira quand même les emballages.

M. Pilon: Plus que probablement. La fraîcheur et tous les autres aspects seront quand même nécessaires. Il y aura certainement des changements, probablement en faveur du paquet mou comme celui qui sert aux États-Unis ou d'autres types d'emballages.

M. Scott: Lorsque vous parlez de pertes d'emplois, il s'agit donc d'un chiffre brut et non d'un chiffre net. Quelqu'un doit produire ces paquets.

M. Pilon: Oui. Je répète que si nous cessons de fabriquer des emballages flexibles, nous ne sommes que trois producteurs à fabriquer ces emballages, pour lesquels il faut des connaissances très particulières.

J'ai à Toronto deux usines qui fabriquent ces produits. S'il n'y avait aucune valeur ajoutée et si l'on n'utilisait que le noir et le blanc, j'affecterais cet équipement à d'autres produits.

M. Scott: Il se pourrait donc que vous deviez quand même diversifier vos activités et trouver d'autres produits.

M. Pilon: Nous devrons diversifier ou fermer ces usines et les déménager dans des régions comme celle de Chicago, pour nous rapprocher de Kraft General Foods, ou dans d'autres régions où les producteurs utiliseront l'équipement.

M. Scott: Que se passe-t-il si l'on a besoin d'embossages complexes, même s'il n'y a pas autant de couleurs, et de tous ces autres procédés plus complexes pour l'emballage? Cela pourrait être possible, simplement parce que beaucoup de gens ont soutenu que si nous simplifions excessivement l'emballage, cela nuirait à cause de la contrebande. Il serait logique jusqu'à un certain point d'imposer des emballages banalisés très complexes afin de réagir au mieux possible à l'argument sur la contrebande.

Si nous exigeons que les emballages banalisés comportent des avertissements embossés, etc., qu'en penseriez-vous?

[Texte]

Mr. Pilon: There's no doubt about it that as long as there is some sophistication to the product line, we will be in the business of producing the sophisticated product. However, I still believe it has not been proven that plain packaging would be a deterrent to smoking.

Mr. Scott: You suggested that there will be a decrease because of the warnings. In fact, you've argued—

Mr. Pilon: I think there's going to be a continuous decrease, whether it be because of the warnings or the education process that is taking place at the moment.

Mr. Scott: I think specifically you said a little earlier that you assumed that the warnings would have some impact.

Mr. Pilon: I would assume that there will be some impact for borderline smokers. I don't believe this will stop the onset of smoking. I think this is clearly the argument that is being put forward by many other representatives.

Mr. Scott: Could you see the logic in the argument that the warning not in competition with the colourful marketing would have a larger impact than a warning that was in competition with all the other colourful marketing?

Mr. Pilon: Again, that is very difficult for me to say from our standpoint. All we believe is that whenever they present different product lines, there is more of a shift from one brand to the other. I really do not know the reasons people smoke or do not smoke.

Mr. Scott: My sense is that someone has made the decision that not distracting from the trademark is why it's very difficult to read the warnings on current packaging. They're not particularly obvious, so someone has decided that they would rather not detract from their trademark.

I think the argument in reverse would be that the less to detract from the warning, the more attention the warning will get.

Mr. Pilon: I would delete, yes.

Mr. Ron Syrkos (Lawson Mardon Packaging): The question I would ask is how plain is a sophisticated package and how sophisticated can a plain package be? Somewhere in that middle, I think we could produce what we are specialized in producing. If we were to go to eight colours but have a quarter-inch distance between all those colours, you wouldn't need sophisticated presses to produce them. If you were to put all those colours together, but didn't want to see any variation or any trap lines or any deterrent from any design, then you would have to go to a sophisticated piece of equipment.

The register of all those colours—it's like looking at a picture out of focus. If you want to put it in focus, you need to have some specialty equipment. To take a design that has eight colours and just throw them on a piece of carton...you don't need sophisticated equipment to do that. You can do it in flexographic, lithographic; you can do it with very wide presses and rotogravure.

Mr. Scott: It's not the colour that's the issue. It's the embossing and—

Mr. Syrkos: It's both. If we have a nine-colour press and we come out with two colours, it's a problem. Even if we come out with eight colours, if there is no registration or technical difficulty with the package, we've become specialty printers. I think that's what the issue is here.

[Traduction]

M. Pilon: Il est certain que tant que la gamme de produits demeurera assez complexe, nous continuons de fabriquer les produits complexes. Or, on n'a pas encore prouvé que la banalisation dissuadera le tabagisme.

M. Scott: Vous avez laissé entendre que les avertissements feront baisser la consommation. Vous avez en fait soutenu...

M. Pilon: La consommation continuera de diminuer, que ce soit à cause des avertissements ou du processus d'éducation en cours.

M. Scott: Vous avez dit un peu plus tôt que vous supposez que les avertissements auront un effet.

M. Pilon: Je suppose qu'ils en auront un sur les fumeurs qui sont des cas limites. Cela n'empêchera personne de commencer à fumer. C'est manifestement l'argument avancé par beaucoup d'autres représentants.

M. Scott: Jugez-vous logique l'argument selon lequel l'avertissement aura plus d'effet s'il ne fait pas concurrence à toutes ces couleurs?

M. Pilon: Là encore, c'est très difficile à dire en ce qui nous concerne. Nous croyons simplement que chaque fois qu'on présente des gammes de produits différents, les fumeurs changent de marque. Je ne sais vraiment pas pourquoi les gens fument.

M. Scott: Je crois que quelqu'un a décidé que c'est parce qu'on ne veut pas distraire le consommateur de la marque de commerce que les avertissements sont très difficiles à lire sur les paquets actuels. Ils ne sont pas particulièrement en évidence et quelqu'un a donc décidé qu'il ne faudrait pas détourner l'attention du consommateur de la marque de commerce.

L'argument contraire serait le suivant: moins on détournera l'attention de l'avertissement, plus il attirera l'attention.

M. Pilon: Je supprimerais, en effet.

M. Ron Syrkos (Lawson Mardon Packaging): Ma question est la suivante: dans quelle mesure un paquet complexe est-il banal et dans quelle mesure un paquet banalisé peut-il être complexe? Nous pourrions produire entre ces deux extrêmes un produit dans lequel nous sommes spécialisés. Si nous passions à huit couleurs toutes séparées par un quart de pouce, nous n'aurions pas besoin de presses sophistiquées. Pour réunir toutes ces couleurs sans qu'il y ait de variation, de lignes pièges ou de distraction dans tout dessin, il faudrait alors utiliser une machine complexe.

Le registre de toutes ces couleurs—c'est comme regarder un tableau hors foyer. Pour le mettre au foyer, il vous faut du matériel spécialisé. Pour imprimer simplement sur un bout de carton un dessin à huit couleurs, on n'a pas besoin de matériel sophistiqué. On peut utiliser la flexographie ou la lithographie, des presses très larges et la rotogravure.

M. Scott: Le problème, ce n'est pas la couleur. C'est l'embossage et...

M. Syrkos: C'est les deux. Si l'on décide d'utiliser deux couleurs avec une presse à neuf couleurs, on a un problème. Même si l'on permet huit couleurs, si le paquet ne pose aucun problème technique, nous sommes devenus des imprimeurs spécialisés. Voilà le problème en l'occurrence.

[Text]

Mr. Pilon: This is what we call difficulty, when you have this kind of a rainbow effect, where all the colours are very close to each other. This is a very critical aspect of it, which only rotogravure can produce in the way the rotogravure process operates.

Mr. Syrkos: We've aligned ourselves with difficult jobs to print because we aligned ourselves with tobacco many years ago and that's where the market went. It went to difficult and sophisticated printing, as it did in England.

• 0930

In the States they go for volume, so they have wide presses and they just run—three colours, varnish, no embossing. In our case we do nine colours, embossing, three colours of which are integrated to the embossing. Just the material shrinking, going through our ovens to dry the inks, has an effect on that registration. We're working with a quarter of a millimetre, three 1000ths of an inch, and that's very, very difficult. That's why the better we get at it the more we do, but the more we're limited to these markets.

You might look at the cosmetic market as a substitute for something like that, but it's never big enough in Canada to substantiate our doing it. The cosmetic companies in Canada order at the same time as their parent companies in the U.S. The U.S. tag along the small Canadian orders with their large orders and get the price rate they require.

That's why you take that sophisticated equipment and you don't need it for the generic type of packaging you're talking about, whether it has eight colours or two. For us to find other markets, we have to move those presses towards other markets.

The Chairman: We're out of time, but I just want to ask a couple of quick questions, and I want quick answers.

Is cigarette packaging your only product, Mr. Pilon?

Mr. Pilon: No, we have nine plants across—

The Chairman: What percentage?

Mr. Pilon: I mentioned 30% in the case of Mr. Stacey's plant, 90% in the case of Mr. Syrkos's plant. Overall for Lawson Mardon Packaging it represents over 20% of our total business.

The Chairman: In Canada?

Mr. Pilon: In Canada.

The Chairman: This move to Chicago—they don't have any printing plants in Chicago?

Mr. Pilon: No, the critical thing I use—

The Chairman: My point is that surely to God they're not waiting for us to send you down there so they can start making cigarette packages.

Mr. Pilon: No, I'm not talking about cigarette packages. What we do is shift this equipment into other product lines that are not necessarily involved in tobacco products.

[Translation]

M. Pilon: Voici ce que nous trouvons difficile, lorsqu'il y a un effet d'arc-en-ciel comme celui-ci, où toutes les couleurs sont très proches l'une de l'autre. C'est un aspect très critique et seule la rotogravure permet de produire un tel effet.

M. Syrkos: Nous nous sommes alignés sur les travaux d'imprimerie difficiles parce que nous nous sommes alignés sur l'industrie du tabac il y a des années et que le marché est celui de l'impression difficile et complexe, comme ce fut le cas en Angleterre.

• 0930

Aux États-Unis, les producteurs recherchent les volumes: c'est pourquoi ils ont de grosses presses qui impriment sans cesse—trois couleurs, vernis, aucun embossage. Nous embossons et imprimons en neuf couleurs, dont trois sont intégrées à l'embossage. Le retrait du matériau et le séchage de l'encre au four a un effet sur le calage des couleurs. Nous travaillons au quart de millimètre, aux trois millièmes de pouce, ce qui est extrêmement difficile. Voilà pourquoi plus nous nous améliorons, plus nous produisons, mais plus nous sommes confinés à ces marchés.

On pourrait peut-être croire que le marché des produits de beauté pourrait être un substitut, mais il n'est jamais assez important au Canada pour justifier un changement de marché. Les sociétés de produits de beauté du Canada commandent en même temps que leurs sociétés mères aux États-Unis. Les sociétés américaines ajoutent leurs grosses commandes aux petites commandes de leurs filiales canadiennes pour obtenir le prix qu'elles recherchent.

Voilà pourquoi le matériel sophistiqué en cause n'est pas nécessaire pour l'emballage générique dont vous parlez, qu'il compte ou non huit couleurs. Pour trouver d'autres marchés, nous devrons y déménager les presses en question.

Le président: Nous n'avons plus de temps, mais j'ai quelques questions rapides à poser et je veux des réponses rapides.

Produisez-vous uniquement des paquets de cigarettes, monsieur Pilon?

M. Pilon: Non. Nous avons neuf usines...

Le président: De quel pourcentage s'agit-il?

M. Pilon: J'ai parlé de 30 p. 100 dans le cas de l'usine de M. Stacey et de 90 p. 100 dans celui de l'usine de M. Syrkos. Le paquet de cigarettes représente plus de 20 p. 100 du chiffre d'affaires total de Lawson Mardon Packaging.

Le président: Au Canada?

M. Pilon: Au Canada.

Le président: Ce déménagement à Chicago—it n'y a pas d'imprimerie à Chicago?

M. Pilon: Non, l'élément critique que j'utilise...

Le président: Ce que je veux dire, c'est qu'ils n'attendent certainement pas votre arrivée là-bas pour commencer à fabriquer des paquets de cigarettes.

M. Pilon: Je ne parle pas de paquets de cigarettes. Ce que nous faisons, c'est affecter le matériel en question à d'autres gammes de produits qui n'ont pas nécessairement quelque chose à voir avec le tabac.

[Texte]

The Chairman: What I'm really asking is whether this move to Chicago is just an idle threat or a realistic possibility. What I can't understand is how the Americans have sat there all those years with under-capacity in printing waiting for you guys to come. Aren't they looking after their own problems?

Mr. Pilon: Mr. Simmons, I have plants in Chicago. I have plants in Shelbyville near Louisville. We require pieces of equipment in those plants just like every other, as part of our growth in other product lines, whether it be pharmaceuticals, cosmetics, food or other products. It would mean that the capital spend we currently have and the investment we have in Canada would be shifted to those areas where we already have a growth in marketplace. We would move the capital in those particular plants. It's that approach. You cannot replace 20% of business like this.

The Chairman: I want to thank the witnesses.

• 0935

We now welcome the next group of witnesses. I believe they were in the room when I made my opening statement at nine o'clock, so my admonition for brevity stands.

What happened in the last half hour was fairly instructive, in that we only heard three questioners. If the members and witnesses insist on being long-winded, we can have less exchange. So I appeal to all to be concise in your remarks. We have your basic brief as part of our record anyway. What we want is an exchange.

Mr. Hamish Somerville (President and Owner of Kromacorp): Kromacorp is a trading name for Kroma Printing Inks, Canadian corporate manufacturing specialists in liquid inks in Prescott, Ontario. We have a subsidiary U.S. company operating out of Richmond, Virginia, and a sister manufacturing company operating in the U.K. servicing the European market.

I am Hamish Somerville and I am the president of the operating company here. I am also a 100% corporate shareholder of the group of companies. With me are Laurie Saywell, our manufacturing vice-president, and Steve Abbott, our sales vice-president for North America.

I will pass to Laurie to open our case.

Mr. Laurie Saywell (Vice-President, Manufacturing, Kromacorp): Mr. Chairman and members of the committee, thank you very much for hearing us today.

Due to time restrictions, I'll just take highlights out of the brief and then hand it over to Mr. Abbott.

Just to cover the background, in the early 1980s North American Gravure Printers was not able to purchase state-of-the-art gravure inks on this side of the Atlantic. A Smiths Falls package printer by the name of Ralph Clark Stone, which is now Shorewood Packaging, encouraged a U.K.-based ink company by the name of Johnson and Bloy, which is now Kromacorp, to set up shop in Prescott.

[Traduction]

Le président: En réalité, je veux savoir si ce déménagement à Chicago n'est qu'une menace à la légère ou s'il constitue une possibilité réelle. Je ne comprends pas comment les Américains vous ont attendus toutes ces années malgré une sous-capacité en imprimerie. Ne règlent-ils pas leurs propres problèmes?

M. Pilon: Monsieur Simmons, j'ai des usines à Chicago. J'en ai à Shelbyville, près de Louisville. Nous avons besoin d'équipement dans ces usines comme partout ailleurs, parce que nous prenons de l'expansion dans d'autres gammes de produits comme les produits pharmaceutiques, les produits de beauté, les aliments, notamment. Cela signifie que nous pourrions transférer nos immobilisations et nos investissements actuels au Canada là où notre marché est déjà en croissance. Nous y déménagerions l'équipement dans les usines en question. C'est une façon de procéder. On ne peut remplacer 20 p. 100 de son chiffre d'affaires du jour au lendemain.

Le président: Je remercie les témoins.

Nous accueillons maintenant le prochain groupe de témoins. Je crois qu'ils étaient dans la salle lorsque j'ai fait ma déclaration d'ouverture à 9 heures. Ce que j'ai alors dit aux témoins au sujet de la brièveté tient toujours.

La dernière demi-heure a été assez révélatrice, car trois personnes seulement ont posé des questions. Si les députés et les témoins insistent pour parler longtemps, les échanges seront moins nombreux. Je vous demande donc à tous d'être brefs. Votre mémoire est déjà versé à nos dossiers, de toute façon. Ce que nous voulons, c'est un échange de vues.

M. Hamish Somerville (président et propriétaire de Kromacorp): Kromacorp est une raison sociale de Kroma Printing Inks, entreprise canadienne de fabrication d'encre liquide de Prescott (Ontario). Nous avons une filiale américaine à Richmond, en Virginie, et une société soeur au Royaume-Uni, qui dessert le marché européen.

Je suis Hamish Somerville, président de la société d'exploitation au Canada. Je suis aussi actionnaire à 100 p. 100 du groupe d'entreprises. M'accompagnent aujourd'hui Laurie Saywell, notre vice-président à la fabrication, et Steve Abbott, notre vice-président aux ventes pour l'Amérique du Nord.

Je passe la parole à Laurie.

M. Laurie Saywell (vice-président, Fabrication, Kromacorp): Merci beaucoup de nous entendre aujourd'hui, monsieur le président et membres du comité.

Comme nous avons peu de temps, je vais simplement souligner les points saillants du mémoire et passer ensuite la parole à M. Abbott

Un peu de contexte: au début des années quatre-vingt, North American Gravure Printers ne pouvait acheter de ce côté-ci de l'Atlantique d'encre à gravure à la fine pointe de la technologie. Un imprimeur d'emballages de Smiths Falls du nom de Ralph Clark Stone, devenu depuis Shorewood Packaging, a encouragé un fabricant d'encre du Royaume-Uni du nom de Johnson and Bloy, devenu depuis Kromacorp, à s'installer à Prescott.

[Text]

As Hamish indicated, Kromacorp is 100% Canadian-owned and operated, with annual sales in 1993 of \$12.3 million, 60% of which is exported to the U.S. Of the remaining 40% sold domestically, 90% is sold to tobacco packaging suppliers. We currently employ 50 people in Canada and 42 of them are based in Prescott.

In conjunction with our sister company, Novaflow, we have recently developed and are currently marketing a computer-driven automatic liquid ink dispensing system. Three are in operation in Canada, three are being installed in the U.K. as we speak, and one has been installed in the U.S. with another one pending. We are a young, innovative and vibrant company that has a lot to offer the town of Prescott, and Canada as a whole.

The issue of smoking inflames passions probably more than any other single item. It is not our intention or desire to get into the fundamental rights of Canadians, as a whole, to work for a living, but to provide food, shelter and education as a family unit.

From our background you will note we supply liquid printing ink to the gravure package printing industry. The gravure process is unique and is used almost exclusively for all tobacco packaging.

The removal of multicolour designs, as you have heard in the previous presentation, will bring basic economics into play and expensive colour presses would not be required. With the closure of 90% of our customer base in Canada, there would be absolutely no viable economic reason for us to remain in Canada.

Mr. Chairman, you will observe we have continually made references to economics, whether it is within our business or the impact within the community. Government is a business and therefore has an obligation, not only to itself, but more importantly to the citizens of Canada, to weigh all aspects of any pending legislation to ensure it is sound and economically responsible. This can only be done by weighing facts and not what is thought might happen.

The smuggling situation was effectively addressed by reducing taxes. The reduced revenue per pack would have been recouped through additional volumes being sold legitimately and freeing up members of police, customs and excise, thus producing indirect savings.

If generic packaging is introduced an underground tobacco industry would develop as counterfeit packaging would be easily produced. We would then be back in the cycle of making undesirable members of our society very rich, while the government is once more denied taxes from what should be legitimate sales.

As far as we are aware, the impact of generic packaging on the initial decision to start smoking, particularly among teenagers, is untested and unknown. In fact, there are conflicting views on this. The only certainty at this point, as told to the committee even by officials at the Department of Health, is that there is currently not sufficient information to know what the impact of plain packaging will be.

[Translation]

Comme l'a dit Hamish, Kromacorp est possédée à 100 p. 100 et exploitée par des Canadiens: en 1993, le chiffre d'affaires de l'entreprise a atteint 12,3 millions de dollars. Elle a exporté 60 p. 100 aux États-Unis. Parmi les 40 p. 100 restants de la production qu'elle a vendus au Canada, l'entreprise en a vendu 90 p. 100 aux fournisseurs de paquets de tabac. Nous employons actuellement 50 personnes au Canada, dont 42 à Prescott.

En collaboration avec notre société soeur, Novaflow, nous avons mis au point récemment un système informatisé automatique de distribution d'encre liquides que nous commercialisons actuellement. Il y en a trois en service au Canada et nous sommes en train d'en installer trois autres au Royaume-Uni. Nous en avons installé un aux États-Unis et un autre est sur le point de l'être. Notre jeune entreprise novatrice et dynamique a beaucoup à offrir à la ville de Prescott et au Canada en général.

La question du tabagisme allume les passions probablement plus que n'importe quelle autre. Nous n'avons pas l'intention ni le désir d'aborder le droit fondamental des Canadiens en général de gagner leur vie afin de loger, nourrir et éduquer leur famille.

Nos antécédents vous révéleront que nous fournissons de l'encre d'imprimerie liquide à l'industrie de la gravure de paquets. Le processus de gravure est unique et sert presque exclusivement à la production de tous les paquets de tabac.

Comme l'a dit le témoin précédent, l'élimination de dessins multicolores fera intervenir des aspects économiques fondamentaux et l'on n'aurait pas besoin de presses couleurs coûteuses. Si 90 p. 100 de nos clients ferment leurs portes au Canada, nous n'aurons absolument aucune raison économique viable d'y demeurer.

Monsieur le président, vous remarquerez que nous avons toujours parlé des aspects économiques, que ce soit à l'intérieur de notre entreprise ou au sujet de l'impact dans la collectivité. Le secteur public est une entreprise et a par conséquent l'obligation envers non seulement lui-même mais aussi la population du Canada, ce qui est encore plus important, peser tous les aspects de toute mesure législative à l'étude afin de s'assurer qu'elle est logique et responsable sur le plan économique. Cela ne peut se faire qu'en pondérant des faits et non des possibilités.

La réduction des taxes a réglé efficacement le problème de la contrebande. On aurait recouvré le manque à gagner à la suite de l'augmentation des ventes sur le marché légitime, ce qui aurait libéré les services de la police, des douanes et de l'accise et entraîné ainsi des économies indirectes.

La banalisation obligatoire des emballages entraînera l'apparition d'une industrie parallèle du tabac, car les emballages contrefaits seront très faciles à produire. Nous reprendrions alors le cycle qui consisterait à enrichir énormément des membres indésirables de la société pendant que le gouvernement perdrat une fois de plus des taxes provenant de ventes qui auraient dû être légitimes.

• 0940

Sauf erreur, on n'a pas vérifié et l'on ne connaît pas l'impact des emballages banalisés sur la décision initiale de commencer à fumer, particulièrement chez les jeunes. Les avis sont en fait contradictoires. La seule certitude actuellement, comme même des fonctionnaires du ministère de la Santé l'ont dit au comité, c'est qu'actuellement, on n'a pas suffisamment de renseignements pour connaître l'impact futur de la banalisation.

[Texte]

What we do know is that the percentage of Canadians who smoke has been declining in a near straight line for the past 30 years, regardless of price hikes, increased taxes, advertising bans or warnings on packages. The new Bill C-51 phase two, which was shown to you just a few minutes ago, will come into effect in the next few months. Surely the impact of this very significant change should be fully assessed prior to any changes being considered.

We suggest that when someone drives into the parking lot at the convenience store, they already know what they're going to purchase, whether it be a litre of milk, a lotto quick pick or a packet of cigarettes. The decision to buy is not made in the store or in front of the counter.

In conclusion, Mr. Chairman, you and your committee have been given a very important task, one that will require all of you to look objectively and dispassionately at the facts as they are presented to you. You will have to determine whether the information given by the anti-smoking lobby is fact, half fact, or wishful thinking. You will then have to weigh whether generic packaging will be worth the millions of dollars of lost tax base revenue and the permanent loss of a very skilled segment of the printing and printing ink industry to Canada.

We are proud of the accomplishments of our relatively small company in the international marketplace. We have the drive, the will and the employees to be a major player in the printing ink industry. Research and development activities in our Prescott operation should bring forward new and different uses to our ink products in the future. Please allow us to continue on this current pattern of growth within Canada.

Just before I hand it over to Steve, I'd like to read one paragraph from a letter of support given to us by the Economic Development Commission in Prescott. It says:

However, we fully support the fact that your firm represents an export-oriented Canadian manufacturing firm, has its headquarters in Prescott, utilizes state of the art technology in its operation, undertakes research and development, and employs a high technology staff whose skill and training you have encouraged and assisted to develop.

This important type of business activity is exactly what Canada and Ontario desperately wants, needs and spends millions of tax dollars attempting to attract to encourage a Canadian industrial base which can compete effectively and successfully in present and future international trade activities.

Mr. Steve Abbott (Senior Vice-President, Sales and Marketing, Kromacorp): Thank you and good morning. I'd like to pick up on the point that Laurie made during his presentation, and perhaps move away from the tobacco issue for a second. I'll come back to show you how it relates.

We are a Canadian-owned and operated company. In fact, we are one of only two Canadian-owned and operated liquid ink companies in Canada, which I feel is important. There is a mandate in place—I think it was developed just a few years

[Traduction]

Ce que nous savons, c'est que le pourcentage des Canadiens qui fument diminue presque en ligne droite depuis 30 ans, quelles que soient les augmentations de prix, les hausses de taxes, les interdictions de publicité ou les avertissements sur les paquets. Le deuxième volet du nouveau projet de loi C-51, que l'on vous a montré il y a quelques minutes à peine, entrera en vigueur au cours des prochains mois. Il faudrait sûrement évaluer l'impact de ce changement très important avant d'en envisager d'autres.

Une personne qui se rend au dépanneur sait déjà ce qu'elle va y acheter, que ce soit un litre de lait, une sélection automatique pour la loterie ou un paquet de cigarettes. La décision d'achat n'est pas prise au magasin, ni au comptoir.

Pour conclure, monsieur le président, votre comité s'est vu confier une tâche très importante qui vous obligera tous à examiner objectivement et impartiallement les faits qui vous seront soumis. Vous devrez décider si les renseignements qui vous ont été communiqués par le lobby anti-tabac représentent la réalité, une demi-réalité ou des rêves en couleurs. Vous devrez alors vous demander si la banalisation vaudra les millions de dollars perdus en recettes fiscales et la perte permanente d'un segment très qualifié de l'industrie de l'imprimerie et de l'encre d'imprimerie pour le Canada.

Nous sommes fiers des réalisations de notre entreprise relativement petite sur le marché international. Nous avons l'initiative, la volonté et les employés nécessaires pour devenir un intervenant majeur dans l'industrie de l'encre d'imprimerie. Les activités de recherche-développement qui se déroulent à notre usine de Prescott devraient déboucher sur des utilisations nouvelles et différentes de nos produits. Nous vous demandons de nous permettre de poursuivre cette croissance au Canada.

Avant de passer la parole à Steve, je veux vous lire un paragraphe d'une lettre d'appui que nous a remise la Commission de développement économique de Prescott. On y lit ceci:

Or, nous appuyons sans réserve le fait que votre entreprise est une société canadienne de fabrication et d'exportation, qui a son siège social à Prescott, utilise une technologie de pointe, effectue de la recherche-développement et emploie un effectif de haute technologie dont vous avez encouragé et appuyé la compétence, la formation et le perfectionnement.

Le Canada et l'Ontario recherchent désespérément de telles activités commerciales, en ont besoin et cherchent à les attirer en dépensant des millions de dollars de l'argent des contribuables pour encourager une assise industrielle canadienne capable de livrer une concurrence efficace et couronnée de succès sur les marchés internationaux actuels et futurs.

M. Steve Abbott (vice-président principal, Ventes et marketing, Kromacorp): Merci et bonjour. Je reviens à ce que Laurie a dit au cours de son exposé et je vais délaisser peut-être la question du tabac un instant. J'y reviendrai pour faire le lien.

Notre entreprise est possédée et exploitée par des Canadiens. En fait, nous sommes un des deux seuls producteurs canadiens d'encre liquide qui sont possédés et exploités par des Canadiens. J'estime que c'est important. Un mandat en

[Text]

ago—that calls for a 50% reduction in packaging by the year 2000 in this country. The mandate was originally fuelled, I believe, because of environmental concerns such as landfills and so forth.

This is an area of sophisticated technology that challenges us, as a Canadian company, to lead our American competitors. As you know, there's no such mandate existing in American packaging. As Laurie said, as an exporter of 60% of our product produced in eastern Ontario, we feel this is a tremendous opportunity for us to go forward in the future with this highly sophisticated development.

The way that the packaging industry will likely achieve this reduction in packaging volume is through the development of flexible packaging. Flexible packaging is already used in several areas today, but in order to achieve the goals of the mandate and the goals of the manufacturers of the products to be packaged, which is to protect their products and keep them fresh and so forth, a tremendous amount of R and D is required of the liquid ink companies, the converters, the flexible film manufacturers. In Canada, we have been working for the last few years and investing very heavily in research and development to achieve this goal.

• 0945

I would ask the committee to consider this. Plain packaging of cigarettes, you have heard, will force the closure of several industries, ours included. We already have an American affiliate company and I think it's pretty obvious that if we were to lose our Canadian base, Mr. Somerville would likely move his business into the U.S. We have said that the industry in Canada for liquid inks comprises only two Canadian-owned companies, both of which we feel would be eliminated from the Canadian industry. I would ask you to consider who then, with the Canadian liquid inks industry decimated, would meet the mandate for packaging reduction in Canada? I don't believe our American competitors will have an interest in meeting a Canadian mandate.

Tobacco packaging is an important contributor to our business. It funds research and development within our company. Those of us involved indirectly with tobacco understand and acknowledge the certainty of decline in smoking's popularity. We have accepted for some time that cigarette packaging should not form the basis of our long term plans. We hope to replace that declining portion of our business with a developing segment, especially when those new opportunities are intended to achieve environmental benefits.

I wonder then what possible validity can there be in making assumptions about the benefits of plain packaging for cigarettes when balanced against the destruction of a Canadian industry that is working toward a certain environmental benefit, namely, packaging reduction. Thank you.

The Chairman: I say to the committee that I have the list from the beginning of the morning, because in a half-hour timeframe it is not possible to hear more than two or three members. So what I am going to do, with your permission, is revert to that list, which would mean the following order: Madam Picard, Mrs. Ur, Dr. Patry, then we will pick up Mr. de Savoye. Is that agreed?

[Translation]

place—qui remonte à quelques années à peine, sauf erreur—prévoit une réduction de 50 p. 100 de l'emballage d'ici l'an 2000 au Canada. Sauf erreur, le mandat émane à l'origine de préoccupations environnementales comme les décharges publiques, etc.

Ce domaine de technologie de pointe nous met au défi, en tant qu'entreprise canadienne, de devancer nos concurrents américains. Comme vous le savez, il n'y a aucun mandat de cette nature en ce qui concerne l'emballage aux États-Unis. Comme l'a dit Laurie, vu que nous exportons 60 p. 100 de notre production de l'Est de l'Ontario, nous estimons qu'il s'agit pour nous d'une occasion importante d'aller de l'avant dans ce secteur très pointu.

C'est par le perfectionnement de l'emballage flexible que l'industrie de l'emballage réussira à réduire le volume des emballages. L'emballage flexible sert déjà dans plusieurs domaines aujourd'hui, mais si l'on veut atteindre les buts du mandat et ceux des fabricants des produits à emballer, qui veulent protéger leurs produits, en préserver la fraîcheur, etc., les fabricants d'encre liquide, les transformateurs, les fabricants de pellicules souples devront effectuer énormément de R-D. Au Canada, nous investissons énormément dans la recherche-développement depuis quelques années pour atteindre ce but.

Je demande au comité de tenir compte de ceci: vous avez entendu dire que la banalisation des paquets de cigarettes entraînera la fermeture de plusieurs entreprises, dont la nôtre. Nous avons déjà une société affiliée américaine et il est assez évident que si nous devons perdre notre entreprise canadienne, il y a de fortes chances que M. Somerville déménage aux États-Unis. Nous avons dit que l'industrie canadienne des encres liquides ne comporte que deux entreprises canadiennes qui disparaîtraient tous les deux selon nous. Demandez-vous alors qui, une fois décimée l'industrie canadienne des encres liquides, exécutera le mandat relatif à la réduction des emballages au Canada? Je ne crois pas que nos concurrents américains soient intéressés à réaliser un mandat canadien.

L'emballage des produits du tabac contribue énormément à notre chiffre d'affaires et finance des activités de recherche-développement dans notre entreprise. Ceux d'entre nous qui oeuvrent indirectement dans l'industrie du tabac comprennent que le tabagisme perdra inévitablement de sa popularité et le reconnaissent. Nous avons accepté depuis quelque temps que nos plans à long terme ne pivotent plus sur l'emballage des cigarettes. Nous espérons remplacer cette partie en chute libre de nos activités par un créneau en développement, surtout si ces nouvelles possibilités doivent présenter des avantages pour l'environnement.

Je m'interroge alors sur la validité possible d'hypothèses relatives aux avantages de la banalisation de paquets de cigarettes comparativement à la destruction d'une industrie canadienne qui cherche à réaliser certains avantages environnementaux, à réduire les emballages, notamment. Je vous remercie.

Le président: J'ai la liste depuis le début de la matinée parce qu'en une demi-heure, il est impossible d'entendre plus de deux ou trois députés. Avec votre permission, je vais revenir à la liste en question, ce qui signifie que les témoins parleront dans l'ordre suivant: M^{me} Picard, M^{me} Ur, M. Patry. Nous reprendrons alors avec M. de Savoye. D'accord?

[Texte]

[Traduction]

Some hon. members: Agreed.

Mme Picard (Drummond): Bonjour, et bienvenue. Je voudrais vous féliciter pour la participation active de votre entreprise au développement de votre région. Je pense que si votre entreprise de fabrication d'encre ne sert qu'aux emballages destinés aux produits du tabac, vous aurez évidemment une baisse de la demande pour vos produits dans le cas d'une baisse significative de la consommation du tabac au Canada.

Avez-vous déjà envisagé, parce que j'imagine que depuis quelques années il y a eu effectivement une réduction importante du tabagisme, de fabriquer de l'encre pour d'autres produits d'emballage, puisque vous parlez tantôt de recherche et de développement de votre entreprise?

Mr. Somerville: I think, as Mr. Abbott has said, our philosophy and goals are based on growth in other segments of the market. Historically, the business was established specifically to satisfy the tobacco market. In reality, that is why we at this point in time have such a significant chunk of U.S. printing inks for tobacco.

I acquired a company in 1991, and basically from that point forward—my own background is in flexible packaging—we have redirected the long-term goals of the company. At this point in time you don't just turn a tap on like that and redirect yourself into a new marketplace. Our bread and butter, our wages, are paid by the tobacco industry.

We have developed sophisticated methods of dispensing ink through dispensing equipment we manufacture ourselves, which would enable us to develop the flexible packaging market in the U.S. without subsidiary manufacturing in Arizona, where we supply, and without subsidiary manufacturing in Texas because we can put our equipment in there and we can send down intermediate product, which is blended on-site just in time for manufacture. We're unique in this. No one else in North America is manufacturing equipment like this. This will take us into a completely different marketplace and will allow us to be a Canadian manufacturer in a North American environment.

But as I said, for this year and next year and probably the following year, if you turn off the tobacco tap, we go out of business as a Canadian corporation. Absolutely, there's no question or doubt about that. That is an economic fact of life.

Mme Picard: Est-ce que vous pouvez me dire quel est le pourcentage de votre fabrication d'encre destinée aux produits d'emballage du tabac?

Mr. Saywell: It's 90%, our Canadian domestic market; 90% of our Canadian domestic market is geared to the tobacco industry.

Mr. Somerville: I would estimate our U.S. exports would be something of the order of 70% tobacco related exports, hence the reason that we have a Virginia site.

Des voix: D'accord.

Mrs. Picard (Drummond): Good morning and welcome. I would like to congratulate you for the active participation of your company to the development of your region. I think that if your ink manufacturing business is used only for tobacco products packing, the demand for your products will of course decline should smoking decline significantly in Canada.

Have you ever considered, because I imagine that over the last few years smoking has declined significantly, making ink for other packing products, in view of the fact that you were talking, a little while ago, about research and development in your business?

M. Somerville: Comme l'a dit M. Abbott, notre philosophie et nos buts sont fondés sur la croissance d'autres segments du marché. Sur le plan historique, les fondateurs ont créé l'entreprise spécifiquement pour répondre aux besoins du marché du tabac. En réalité, c'est pourquoi nous occupons maintenant une partie aussi importante du marché des encres d'imprimerie utilisées dans le secteur du tabac.

J'ai acheté une entreprise en 1991 et, depuis—mes antécédents se trouvent dans le domaine de l'emballage flexible—nous en avons essentiellement réorienté les buts à long terme. On ne peut simplement ouvrir ainsi le robinet et se réorienter vers un nouveau créneau de marché. L'industrie du tabac nous fournit notre pain quotidien et paie nos salaires.

• 0950

Nous avons mis au point des méthodes modernes de distribution d'encre à l'aide de matériels de distribution que nous fabriquons nous-mêmes, ce qui devrait nous permettre de développer le marché de l'emballage flexible aux États-Unis sans avoir d'usine auxiliaire en Arizona, où nous sommes fournisseurs, ni au Texas, parce que nous pouvons y installer notre matériel et y envoyer un produit intermédiaire, mélangé sur place juste à temps pour la fabrication. Nous sommes uniques. Personne en Amérique du Nord ne fabrique de matériel comme le nôtre. Ce matériel nous ouvrira un marché tout à fait différent et nous permettra d'agir en fabricant canadien dans un contexte nord-américain.

Or, comme je l'ai dit, cette année, l'année prochaine et probablement l'année suivante, si vous fermez le robinet du secteur du tabac, nous devrons fermer nos portes comme entreprise canadienne. C'est certain. C'est une réalité économique.

Mrs. Picard: Could you tell me what percentage of the ink you manufacture is destined to tobacco packaging products?

M. Saywell: Notre marché intérieur canadien est axé sur l'industrie du tabac dans une proportion de 90 p. 100.

M. Somerville: Nos exportations aux États-Unis sont liées au tabac dans une proportion de 70 p. 100. Voilà pourquoi nous avons une usine en Virginie.

[Text]

[Translation]

Our essence is we are a Canadian manufacturer. Our Virginia site is a full manufacturing facility. We bought it from a Swiss ink company but we do not use it as a full manufacturing facility. We make our primary product in Canada only, at this moment in time, and we ship and do finishing work in Virginia.

As the size of the company we are, we can only afford to have one manufacturing base. Even if we wanted to manufacture in the U.S., we couldn't afford to. However, we do want to be a Canadian manufacturer. We've set our stall out on the basis of a long-term plan that would enable us to be a Canadian manufacturer and compete with very large Japanese and U.S. companies in the U.S. market. As I say, in that sense, we have a technological leap, but you've got to have time to convert that into reality.

The Chairman: Rose-Marie.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): Thank you for your presentation, and I compliment you on being a Canadian company. That always is a positive.

What is the characteristic of your ink that makes it so unique that it's so satisfying precisely to the tobacco industry or tobacco packaging?

Mr. Somerville: I'd say the tobacco packaging industry is probably one of the most conservative industries you could possibly find. The company J and B was honed in the tobacco industry in the United Kingdom and basically has grown within that. Printing inks for the tobacco industry are strictly controlled in terms of raw material content, both in Europe and in North America—far more so in fact than printing inks for general food packaging, which would only require something like an FDA-type approval.

The tobacco industry, for reasons relating to their product, and taint and odour, are very restrictive of the kind of materials we are allowed to use in printing inks. Therefore, you build up a history of knowing what you can do and what you cannot do. It's like printing bank notes, quite frankly. If you haven't been in it for years, you won't get into it.

Mrs. Ur: Right. I would think probably for food products as well, taint and odour would be equally as important.

Mr. Somerville: It's equally important, but put it this way, tobacco is probably more receptive to taint and odour than most foodstuffs. Also, the barrier between foodstuffs and printing ink is generally a gas barrier and a liquid barrier. Whereas in packaging tobacco, you actually have the printing ink, just a carton board and perhaps a foil paper, but essentially there's no gas barrier and there's very little moisture barrier.

Mrs. Ur: I remember in your statement where you had said your liquid ink was a positive element to the environment. I do have real strong concerns about the environment, as well. Could you tell me, is your liquid ink made with soya oil?

Nous sommes essentiellement un fabricant canadien. Notre usine de Virginie est une usine de fabrication complète. Nous l'avons achetée d'un fabricant d'encre suisse, mais nous ne l'utilisons pas comme installation de fabrication complète. Nous fabriquons notre produit principal au Canada seulement, pour le moment, et nous l'expédions en Virginie où nous procémons à la finition.

Compte tenu de notre taille, nous ne pouvons avoir qu'une seule assise de fabrication. Même si nous voulions fabriquer aux États-Unis, nous n'en aurions pas les moyens. Nous voulons toutefois être un fabricant canadien. Nous avons établi un plan à long terme qui nous permettra d'être un fabricant canadien et de faire concurrence à de très grandes entreprises japonaises et américaines sur le marché des États-Unis. Comme je le disais, nous avons un avantage technologique en ce sens, mais il faut avoir le temps de le traduire dans la réalité.

Le président: Rose-Marie.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): Merci de votre exposé et je vous félicite d'être une entreprise canadienne, ce qui est toujours un avantage.

Quelle est la caractéristique de votre encre qui la rend tellement unique et tellement satisfaisante pour l'industrie du tabac ou pour l'emballage du tabac?

Mr. Somerville: L'industrie de l'emballage du tabac est probablement une des plus conservatrices que l'on puisse trouver. La société J and B est issue de l'industrie du tabac au Royaume-Uni, où elle a essentiellement pris son expansion. Les encres d'imprimerie destinées à l'industrie du tabac sont contrôlées rigoureusement en ce qui concerne la teneur en matières brutes, tant en Europe qu'en Amérique du Nord—beaucoup plus en fait que les encres d'imprimerie destinées à l'emballage général des aliments, qui ne nécessitent qu'une approbation semblable à celle qu'accorde la FDA.

Pour des raisons qui ont trait à son produit, au risque de corruption et à son odeur, l'industrie du tabac limite très sévèrement les matières que nous pouvons utiliser dans les encres d'imprimerie. On acquiert donc de l'expérience en sachant ce que l'on peut et ne peut pas faire. Franchement, c'est comme imprimer des billets de banque. On ne se lance pas dans ce secteur d'activité sans y avoir acquis des années d'expérience.

Mme Ur: En effet. Je suppose que la corruption et l'odeur sont tout aussi importantes pour les produits alimentaires.

Mr. Somerville: Certainement, mais permettez-moi de dire que le tabac est probablement plus sensible à la corruption et aux odeurs que la plupart des denrées alimentaires. En outre, la barrière entre les denrées alimentaires et l'encre d'imprimerie est habituellement gazeuse et liquide. Tandis que dans l'emballage du tabac, l'encre d'imprimerie n'est séparée du produit que par un carton et peut-être du papier d'aluminium. Il n'y a essentiellement aucune barrière gazeuse et la barrière d'humidité est très mince.

Mme Ur: Je me rappelle que vous avez dit dans votre déclaration que votre encre liquide apportait une contribution positive à l'environnement. L'environnement m'intéresse énormément, moi aussi. Votre encre liquide est-elle faite à base d'huile de soya?

[Texte]

[Traduction]

• 0955

Mr. Somerville: Liquid inks are not oil-based products. Oil inks and paste inks are oil-based products. The tobacco industry is based on what would be termed... Liquid inks are solvent-based. They would be based in alcohols, esters, or water.

Mrs. Ur: So soya oil would not be beneficial to your printing? Because soya oil is very environmentally friendly.

Mr. Somerville: No. It's just more environmentally friendly than mineral oil. I wouldn't say it's environmentally friendly. It's a different product that uses oils. We don't use oils in our product.

Mr. Abbott: If I could just pick up your point for a second, the point I was making about the environment was one of packaging reduction, which requires very sophisticated ink systems to work as a part of the total package. One of the things that we are seeing in Europe—and because we have a European company we were able to keep our finger on that pulse as well—is the banning of foil aluminium in laminates, which will currently provide significant barriers in some food packaging, as you suggested.

With the elimination of the foil we are having to develop alternative barriers. These will come in the form of coatings and very sophisticated technologies of liquid inks. The sort of packaging that soya as a base component would be used in is within a very different type of packaging ink and ink system. That is not a part of the flexible packaging environment and so does not really form a part of the packaging reduction mandate.

Mr. Somerville: I would perhaps bring up one foil issue, because it is quite relevant. Foil has become a banned component of packaging in Germany. Because of that, as Steve says, there are alternatives being looked at. One of the things we have gained in Europe at this point in time is we are the only ink company with an approved product for a printing ink to represent a foil in the form of a silver ink. This has been approved, and this is for the tobacco industry. That is very significant work. The potential of that sort of product, if it establishes itself—and it will take a period of time—is quite significant.

Mrs. Ur: Thank you very much.

The Chairman: Dr. Patry.

M. Patry (Pierrefonds—Dollard): Merci beaucoup, monsieur le président. Merci messieurs pour votre excellent mémoire qui est très explicite sur l'effet négatif de l'emballage neutre sur votre compagnie. Tout cela est très clair.

Pour faire suite aux interventions de mes collègues, je voudrais passer à un autre domaine, parce que vous avez très bien expliqué le problème de votre compagnie. J'aimerais avoir votre opinion sur deux problèmes connexes. Croyez-vous que l'impact économique très important de l'emballage neutre pourrait avoir un effet appréciable sur la diminution du coût des cigarettes de la part des compagnies qui les produisent?

Mr. Somerville: I don't know what plain packaging is. I've still to have it described to me. I think until we know what plain packaging is it is very difficult to put a price on it. Presumably it would not carry the value-added element that is currently

M. Somerville: Les encres liquides ne sont pas à base d'huile. Les encres à l'huile et en pâte le sont. L'industrie du tabac utilise des encres à base... les encres liquides sont à base de solvants: alcools, esters ou eau, par exemple.

Mme Ur: L'huile de soya ne serait donc pas avantageuse pour votre produit? L'huile de soya est très écologique.

Mr. Somerville: Non. Elle est tout simplement plus écologique que l'huile minérale. Je ne dirai pas qu'elle est écologique. Un produit différent utilise des huiles. Nous n'en utilisons pas dans le nôtre.

Mr. Abbott: Je reviens un instant à ce que vous dites: en ce qui concerne l'environnement, je parlais de réduire le volume des emballages, ce qui nécessite des systèmes d'enrage très complexes qui doivent fonctionner comme un élément d'un tout. En Europe—parce que nous y avons une entreprise, nous avons pu y suivre l'évolution de la situation—on a interdit l'utilisation du papier d'aluminium dans les laminés qui constituent actuellement une barrière importante dans certains emballages d'aliments, comme vous l'avez laissé entendre.

L'élimination du papier d'aluminium nous oblige à mettre au point d'autres barrières qui prendront la forme de revêtements et de technologies très complexes des encres liquides. Le soya constituerait un élément de base dans un type très différent d'encre d'emballage et de système d'enrage. Ce n'est pas un élément de l'environnement de l'emballage flexible et cela ne fait pas partie vraiment non plus du mandat de réduction du volume des emballages.

Mr. Somerville: Je vais parler d'un aspect du papier d'aluminium parce que c'est très important. L'Allemagne a interdit le papier d'aluminium dans l'emballage. C'est pourquoi on examine des solutions de recharge, comme le dit Steve. Un des gains que nous avons réalisés en Europe pour le moment, c'est que nous sommes le seul fabricant d'encres d'imprimerie à offrir un produit approuvé qui remplace le papier d'aluminium par une encre d'imprimerie. Notre produit est approuvé pour l'industrie du tabac, ce qui est très important. S'il s'établit—and il faudra du temps—un tel produit présentera un potentiel très important.

Mme Ur: Merci beaucoup.

Le président: Monsieur Patry.

Mr. Patry (Pierrefonds—Dollard): Thank you very much, Mr. Chairman. Thank you, gentlemen, for your excellent and very explicit presentation on the negative impact plain packaging will have on your company. All that is very clear.

Further to my colleagues' interventions, I would like to go on to something else because you have explained very well your company's problem. I would like your opinion on two related problems. Do you believe that the very important economic impact of plain packaging might have a noticeable effect on the decrease of the cost of cigarettes set by the producers?

Mr. Somerville: Je ne sais pas ce qu'est la banalisation. On ne me l'a pas encore décrite. Tant que nous ne saurons pas ce qu'est la banalisation, il sera très difficile d'y attacher un prix. Je suppose que le produit n'aurait pas son élément actuel de

[Text]

[Translation]

carried. Basically my business is to put value-added in. Therefore, if I don't have value-added element I don't have work. The idea that it might make smoking cheaper I don't think cuts much ice. I would have thought it would be a contradictory thing to say that there is a benefit in making packaging cheaper for smoking, if you want to eliminate smoking.

Mr. Patry: No. It's because on the other hand the problem is the fact that if the price of cigarettes is decreasing they always say that the consumption will increase. That's why I would like to know if it is a possibility that the cigarettes will really decrease because of this plain packaging.

Mr. Saywell: I think if you take a period of time over the years... Over the last 30 years it has been coming down at a fairly constant rate of about 2% a year, regardless of whether the prices have gone up or whether there have been new things added in the way of warnings or whatever. There have been little fluctuations and little blips, but by and large it has been coming down at a steady rate over 30 years.

Mr. Patry: My second question is regarding smuggling. You mentioned a little bit about smuggling and the possibility that the industry will get a parallel industry. Can you tell me where they will come from? Will they come from Canada or the States? Because you mentioned also the possibility of an increase in the problems with people's health because there isn't the same quantity within the cigarette itself.

Mr. Abbott: That was the previous people, I think.

Mr. Patry: But you mentioned this in yours, that your industry...

Vous parlez d'une industrie parallèle du tabac.

You mentioned about parallel problems. I think that was something you had mentioned.

• 1000

Mr. Somerville: As we said at the outset, we are here to represent our workers and our people. I don't think we're here to discuss a subjective opinion on tobacco. I don't think it's relevant.

Mr. Patry: That's all right.

Mr. Somerville: You're the legislators. We're here to tell you what it means to us.

Mr. Patry: I just want to know if you have an opinion about this.

Mr. Somerville: Interestingly enough, we have an interesting pack in U.K. called Death. It's a very popular brand with young kids. They smoke it. It's a trend brand. It's made great headway into the marketplace. It's got a skull and crossbones and it says "death". So I think 99.9% of people who smoke are aware of the warnings that are given, and this is the absurdity of taking it to some sort of conclusion.

The Chairman: If I may say so, Mr. Somerville, that's very interesting. But are you suggesting that's a plain package?

valeur ajoutée. Mon travail consiste essentiellement à ajouter de la valeur au produit. Par conséquent, pas de valeur ajoutée, pas de travail. Certains ont soutenu qu'une telle décision pourrait réduire le coût du tabagisme, mais cela ne se tient pas tellement à mon avis. J'aurais cru qu'il serait contradictoire de dire qu'il serait avantageux de réduire le coût de l'emballage pour les fumeurs si l'on veut faire disparaître le tabagisme.

Mr. Patry: Non. C'est parce que d'un côté, si le prix des cigarettes diminue, on dit toujours que la consommation augmentera. Voilà pourquoi je veux savoir s'il se peut que la banalisation des paquets entraîne vraiment une baisse du prix des cigarettes.

Mr. Saywell: Si l'on prend une certaine période... depuis 30 ans, le prix de l'emballage diminue à un rythme assez constant d'environ 2 p. 100 par année, que les prix aient augmenté ou non, ou que l'on ait ajouté ou non de nouveaux avertissements. Peu importe. Il y a eu des fluctuations minimes, mais en général, le coût diminue régulièrement depuis 30 ans.

Mr. Patry: Ma deuxième question porte sur la contrebande. Vous avez dit quelques mots au sujet de la contrebande et de l'apparition possible d'une industrie parallèle. D'où proviendra la contrebande? Du Canada ou des États-Unis? Vous avez parlé aussi de la possibilité d'une augmentation des problèmes de santé parce que la cigarette même ne contiendrait pas les mêmes quantités d'éléments.

Mr. Abbott: Vous parlez des témoins précédents.

Mr. Patry: Vous avez toutefois dit dans votre intervention que votre industrie...

You mention a parallel tobacco industry.

Vous avez parlé de problèmes parallèles, sauf erreur.

• 1000

Mr. Somerville: Comme nous l'avons dit au début, nous sommes venus représenter nos travailleurs et nos employés. Nous ne sommes pas venus discuter d'avis subjectifs sur le tabac. Je ne pense pas que ce soit pertinent.

Mr. Patry: En effet.

Mr. Somerville: Les législateurs, c'est vous. Nous sommes venus vous dire ce que signifie cette mesure pour nous.

Mr. Patry: Je veux simplement savoir ce que vous en pensez.

Mr. Somerville: Ce qui est intéressant, c'est que nous avons au Royaume-Uni un paquet intéressant appelé Death. C'est une marque très populaire auprès des jeunes fumeurs. C'est une marque à la mode qui a pris beaucoup d'expansion sur le marché. On trouve un crâne et des tibias sur le paquet, qui porte la mention «Death». Je pense que 99,9 p. 100 des gens qui fument cette marque sont au courant des avertissements. Il est absurde d'en conclure quoi que ce soit.

Le président: Avec votre permission, monsieur Somerville, c'est très intéressant, mais voulez-vous dire que le paquet est banalisé?

[Texte]

Mr. Somerville: I'm suggesting that what a package says or if it's plain does not significantly affect a person's opinion.

The Chairman: With respect, sir, you just suggested the opposite. You just said that was very popular.

Mr. Somerville: It's very popular with young people. It's a vogue product.

The Chairman: My role as a member of the committee is not to agree with you or contradict you but to hear where you are coming from.

Mr. Somerville: I'm sorry. Can you explain my contradiction?

The Chairman: Yes, sure. My role is neither to agree or disagree with you. But I heard you say in one sentence this was very popular in Britain and then in the next sentence the type of package has nothing to do with the increase or decrease in sales. Which is it? There's the contradiction.

Mr. Somerville: I wasn't suggesting this was generic packaging. I was saying this carries as significant a health warning as you might get and it's popular. It has nothing to do with. . . I wasn't drawing the line with generic packaging. I didn't discuss this as generic packaging. I merely said this is a different brand of packaging and in fact it's very popular.

The Chairman: We're out of time for this particular witness. As chair, I'd just like to say something. It can't be of benefit to the witnesses who have been here and it's not particularly aimed at the witnesses at the table now. But it is aimed at witnesses who are coming to the table.

Maybe it's time we reminded everybody of the mandate of the committee. I don't believe the decision of this committee will be made for economic reasons. I don't believe you'll hear people say they think some more people have got to die so we can keep jobs in the tobacco industry. You're not going to get that kind of a decision. At least I'm not going to be part of it.

The question before the committee is not whether plain packaging cost jobs. I suspect it will. The question is different. The question is simply whether plain packaging will reduce smoking. I would invite witnesses from now on to address that particular question even more specifically. Will it reduce smoking or not? That is what we are going to have to make our minds up on. I made up my mind a long time ago on the question of job losses. The presentations have been very effective on that, but unfortunately they are completely irrelevant to the issue before us.

Mr. Somerville: I'm sorry. If you're looking for a subjective opinion, I'm quite willing to give you one. I do not believe plain packaging will have any impact on smoking.

The Chairman: Thank you. I heard you. I just bit my lip because a minute ago you told Dr. Patry you weren't here to give subjective opinions.

[Traduction]

M. Somerville: Ce que je veux dire, c'est que ce qu'on trouve sur un paquet ou le fait qu'il soit banalisé n'affecte pas pour la peine l'avis d'une personne.

Le président: Avec tout le respect que je vous dois, monsieur, vous venez de laisser entendre le contraire. Vous venez de parler de la popularité de la marque en question.

M. Somerville: Elle est très populaire auprès des jeunes. C'est un produit à la mode.

Le président: Comme membre du comité, mon rôle n'est pas d'être d'accord ou non avec vous. Il est plutôt d'entendre ce que vous voulez dire.

M. Somerville: Désolé. Pouvez-vous expliquer ma contradiction?

Le président: Certainement. Mon rôle n'est pas d'être d'accord ou non avec vous. Or, je vous ai entendu dire dans une phrase que cette marque était très populaire en Grande-Bretagne, puis, dans la phrase suivante, que le type de paquet n'a rien à voir avec l'augmentation ou la diminution des ventes. Qu'est-ce qui est vrai? Voilà la contradiction.

M. Somerville: Je n'ai pas dit qu'il s'agissait d'un emballage générique. J'ai dit que le paquet en question porte un avertissement aussi important qu'il est possible d'y en imprimer un, et que la marque est populaire. Cela n'a rien à voir avec. . . Je ne tirais pas la ligne en ce qui concerne l'emballage générique. Je ne parlais pas d'emballage générique. J'ai tout simplement dit qu'il s'agit d'une marque différente d'emballage et qu'elle est en fait très populaire.

Le président: Nous n'avons plus de temps pour ce témoin. Comme président, j'ai un mot à ajouter seulement. Cela ne peut être avantageux pour les témoins et je ne vise pas particulièrement ceux qui sont maintenant à la table. Mon commentaire s'adresse plutôt aux prochains témoins.

Le moment est peut-être venu de rappeler à chacun le mandat du comité. Je ne crois pas que le comité fondera sa décision sur des motifs économiques. Je ne crois pas qu'on entendra des gens dire qu'ils pensent que d'autres personnes encore doivent mourir afin que nous puissions garder des emplois dans l'industrie du tabac. Ce n'est pas le genre de décision que vous obtiendrez. Du moins, je n'y serais pas partie.

La question dont est saisi le comité ne consiste pas à savoir si les emballages banalisés coûtent des emplois. Je suppose que ce sera le cas. La question est différente. Nous voulons simplement savoir si la banalisation de l'emballage réduira le tabagisme. J'invite les témoins à traiter désormais de cette question de façon encore plus précise. La banalisation réduira-t-elle ou non le tabagisme? C'est la question sur laquelle nous devrons nous prononcer. Il y a longtemps que j'ai pris une décision sur la question des pertes d'emploi. Les exposés ont été très efficaces à ce sujet, mais ils n'ont malheureusement rien du tout à voir avec la question dont nous sommes saisis.

M. Somerville: Désolé. Si vous me demandez un avis subjectif, je suis tout à fait disposé à vous en donner un. Je ne crois pas que la banalisation aura d'effet sur le tabagisme.

Le président: Je vous remercie. J'ai entendu. Je viens tout juste de me mordre à la lèvre parce que vous avez dit il y a un instant, monsieur Patry, que vous n'étiez pas venu nous faire part d'avis subjectifs.

[Text]

Mr. Somerville: I think you asked for subjective opinions. I beg your pardon.

The Chairman: No, sir. Let me be very clear on what we're asking for. We're reminding ourselves and all of us that our mandate is to determine to the best of our ability whether or not plain packaging will reduce smoking. We are appealing to witnesses to give us evidence, not subjective opinions but evidence, on both sides of that particular issue. That's what we are asking witnesses to do.

Thank you. We call the next set of witnesses.

[Translation]

M. Somerville: Je pensais que vous aviez demandé des avis subjectifs et je vous demande pardon.

Le président: Non, monsieur. Permettez-moi de préciser très clairement ce que nous voulons. Nous rappelons à tous les intervenants et à nous-mêmes aussi que notre mandat est de déterminer au meilleur de notre connaissance si la banalisation réduira le tabagisme. Nous exhortons les témoins à nous donner des preuves, et non pas des avis subjectifs, à l'égard des deux aspects de cette question. Voilà ce que nous demandons aux témoins.

Je vous remercie. Les prochains témoins ont la parole

• 1005

Good morning, Dr. Goodyear. You're all alone in this world by the look of it.

Dr Michael D.E. Goodyear (Société d'oncologie du Canada): Bonjour monsieur le président, et honorables députés.

The reason I'm all alone, of course, is that most of our colleagues—and I point out that the Canadian Oncology Society represents all specialists in medicine and in research in Canada who deal with cancer—are all far too busy dealing with the results of the products you're here to regulate today.

Although I myself am not actively engaged in research in plain packaging I think we have some unique perspectives. Obviously one of these is the fact that not a day goes by without our having to sit down with patients and their families to counsel them about the results of the particular product we're here to discuss today. I'm sure that the medical people on this committee are only too familiar with Dr. Patry.

So in some respects we're not really here representing ourselves as physicians; we're really advocates representing our patients and the families of those who have died. Inevitably when somebody dies of lung cancer or another tubercular-related disease, they say to me, "How many deaths does it require for this government to actually do something serious about this product?" So that's why we're here today.

Let me give you some perspective about what the general public thinks and what people should do about risk. You've probably been following the Krever inquiry into tainted blood. You can now see what things look like some years down the line when people didn't think at an earlier stage that there was enough risk to act in a decisive manner.

On the contrary, we see very decisive action from federal health officials to address other risks in our society. For instance, when cyanide was found on grapes from Chile, benzene was discovered in mineral water from France, the carcinogen NDMA was found in the water supply in many southern Ontario towns, or urea-formaldehyde was discovered in the insulation of your homes, there was decisive action to remove these. I mention these particular examples because the exposure from cigarettes to all these chemicals is much greater than was found in any of those particular sources.

Bonjour, docteur Goodyear. Vous semblez fin seul au monde.

Dr. Michael D.E. Goodyear (Canadian Oncology Society): Good morning, Mr. Chairman and honourable members.

Si je suis tout seul, c'est bien parce que la plupart de nos collègues—and je signale que la Société d'oncologie du Canada représente tous les spécialistes en médecine et en recherche oncologiques du Canada—sont beaucoup trop occupés à traiter les conséquences des produits que vous êtes chargés de réglementer.

Même si je ne me suis pas occupé activement de recherche sur la banalisation, nous avons quelques perspectives uniques. Il ne se passe pas une journée par exemple sans que nous ayons à nous asseoir avec des patients et des membres de leur famille pour les conseiller au sujet des conséquences du produit dont nous discutons aujourd'hui. Je suis persuadé toutefois que les membres de la profession qui siègent au comité ne connaissent que trop bien le Dr Patry.

À certains égards, nous ne sommes pas venus ici nous représenter en tant que médecins. En réalité, nous représentons nos patients et les membres de la famille de ceux qui sont décédés. Lorsque quelqu'un meurt du cancer du poumon ou d'une autre maladie tuberculeuse, on me dit inévitablement: «Combien de morts faut-il pour que le gouvernement intervienne sérieusement?» Voilà donc pourquoi nous sommes ici aujourd'hui.

Permettez-moi de vous donner un aperçu de ce que le grand public pense et de ce qu'il faudrait faire au sujet du risque. Vous suivez probablement l'enquête Krever sur le sang infecté. Vous pouvez maintenant voir ce qui se passera dans quelques années lorsqu'on ne pense pas que le risque est suffisant pour intervenir de façon décisive.

Au contraire, les dirigeants fédéraux du domaine de la santé réagissent de façon très décisive face à d'autres risques que connaît la société. Par exemple, lorsqu'on a trouvé du cyanure sur des raisins du Chili, du benzène dans l'eau minérale de France, un agent cancérogène comme le NDMA dans l'eau d'un grand nombre de villes de l'Ontario ou de l'urée-formaldéhyde dans l'isolation des résidences, on a agi avec fermeté pour supprimer ces substances. Je cite ces exemples en particulier parce que l'exposition par le tabagisme à toutes ces substances chimiques est beaucoup plus grande que celle qu'on a constatée dans ces cas en particuliers.

[Texte]

[Traduction]

• 1010

We've heard a number of witnesses before this committee say that you can make lots of criticism about the research on plain packaging. I cannot emphasize too greatly that this is part of a comprehensive package. You cannot isolate one particular component of it. It's very easy to isolate one particular component and to pick holes in it.

I did leave with Madame DePape, *le greffier*, a copy of a document we've prepared for the Ontario Ministry of Health, *A Provincial Tobacco Control Strategy for Ontario*. That paper places this issue in perspective in terms of all the other things we're going to do.

There has been a colossal failure on our part to control this disease since your colleagues reported in 1969 on the urgent need to regulate this product. That's obviously something you've all read in the Isabelle report. This shows that our approach to date has really been a major failure, that the elements we have used have made only a very small impact on the problem. Therefore even if this strategy only fulfilled 1% of what its most optimistic proponents claim, that would be a move forward we would consider to be worth while.

The chairman has asked about the evidence; they're looking for evidence. I believe you've been well briefed. I assume you have all the evidence and you have read all the studies.

As you know, there is not a huge amount of studies but they're all consistent and they all point in one direction. They go from what is basically a fundamental concept of marketing: the product and the packaging are what promotes the product.

This is a very recognizable badge. When I give talks in schools school teachers all say that pulling something recognizable out of your pocket identifies you as being one of the crowd. If you remember back to when we had tobacco advertising in Canada or if you look at tobacco advertising from other countries, the package is featured dead centre. That is what is being promoted. I don't think anyone has any doubts about that. Therefore this is aimed at the heart of promotion.

The fact that in Canada we have not removed but rather we have attenuated advertising—the companies, which are very creative at doing end runs around legislation, have replaced that with sponsorship—makes this even more vulnerable. In their own documentation they say they're very well aware of the fact that it's their star attraction. So this is a very cost-effective strategy that strikes right at the heart of the problem.

I've heard a great deal about public education. I agree with that, of course. We still maintain that the most effective strategy is taxation. Unfortunately, some of your colleagues have taken that away from us for the time being, but we hope that will be only temporary. And that does give us a new sense of urgency.

Plain packaging is a form of public education. There's an example here, one that was a colossal flop as a matter of fact when Loblaw launched it. We hope that when you launch it, it will also be a colossal flop in terms of encouraging the sale of cigarettes to people.

Beaucoup de témoins ont affirmé qu'il est possible de critiquer de toutes sortes de façons la recherche sur la banalisation. Je ne saurais trop insister sur le fait qu'il s'agit là d'un élément d'un tout. On ne peut en isoler un aspect en particulier. Il est très facile de le faire et d'y trouver des lacunes.

J'ai remis à Mme DePape, la greffière, une copie d'un document que nous avons préparé à l'intention du ministère de la Santé de l'Ontario intitulé *A Provincial Tobacco Control Strategy for Ontario*. Ce document place la question dans le contexte de tout ce que nous allons faire d'autre.

Nous avons manqué de façon colossale à notre devoir de contrôler cette maladie depuis que vos collègues ont affirmé dans le rapport de 1969 qu'il était urgent de réglementer ce produit. Vous avez évidemment tous lu le rapport Isabelle. Cela démontre que nos efforts jusqu'à maintenant ont connu en réalité un échec retentissant et que les moyens d'intervention que nous avons utilisés n'ont eu que très peu d'effet sur le problème. Par conséquent, même si la stratégie ne se réalise qu'à 1 p. 100 de ce qu'espèrent ses promoteurs les plus optimistes, ce sera déjà un résultat valable.

Le président a parlé de preuves et le comité en cherche. Vous avez tous été bien informés. Je suppose que vous avez en main toutes les preuves et que vous avez lu toutes les études.

Comme vous le savez, les études ne sont pas nombreuses, mais elles sont unanimes et pointent toutes dans la même direction. Elles partent de ce qui constitue essentiellement un concept fondamental du marketing: le produit et l'emballage qui en fait la promotion.

Voici un insigne très facile à reconnaître. Lorsque je prononce des discours dans des écoles, les enseignants me disent tous que le fait de sortir quelque chose de reconnaissable de sa poche désigne quelqu'un comme un membre du groupe. Si vous vous rappelez les annonces sur le tabac au Canada ou si vous regardez celles d'autres pays, elles sont toutes axées sur le paquet. Voilà ce qui fait l'objet de la promotion. Je ne crois pas que personne en doute. Le paquet est donc le cœur de la promotion.

La situation est encore plus vulnérable parce que le Canada n'a pas éliminé la publicité mais y a plutôt mis une sourdine—les entreprises, qui font preuve d'une grande créativité lorsqu'il s'agit de contourner une mesure législative, ont remplacé la publicité par la commandite. Dans leurs propres documents, elles affirment qu'elles savent très bien qu'il s'agit de leur principale attraction. Cette stratégie très rentable frappe donc directement au cœur du problème.

J'ai beaucoup entendu parler de l'éducation du public. Je suis d'accord, bien entendu. Nous soutenons toujours que la stratégie la plus efficace passe par les taxes. Malheureusement, certains de vos collègues nous ont enlevé ce moyen pour le moment, mais nous espérons que la décision n'est que temporaire. Ce qui nous fait croire que la situation est encore plus urgente.

La banalisation est un moyen d'éducation du public. On a vu un exemple d'échec colossal lorsque Loblaw a lancé la banalisation. Nous espérons que lorsque vous le ferez, ce sera aussi un échec monumental pour ce qui est d'encourager la vente des cigarettes.

[Text]

Plain packaging is in fact a two-pronged strategy. First, we take away the promotion of the product. Second, we replace it with—and you saw some very good examples today—new, prominent health warnings.

On the first day we heard some criticism from Health Canada of the Australian studies from the Centre for Behavioural Research. The criticism was that these were mainly oriented around health warnings, but so they should be. All the research points to the fact that when you take away the rest of the clutter... I think a previous Minister of Defence said that the people who designed these packages ought to work for the defence department because their ability to disguise health warnings was second to none.

There's no doubt from the research that has been done on plain packaging that health warnings, the tar and nicotine levels, all these things suddenly become much more obvious. They're noticed by people. The recall is much greater. So this is indeed a form of public education. It's the most cost-efficient form of public education you have.

Is this enough research? Well, I know Health Canada is doing further research. From the point of view of a medical scientist, I would say that we distinguish very much what we call explanatory research. Naturally as an academic—I teach medicine at McMaster University, and I believe in research, always trying to find out more things—I realize that's a very different matter from what we would call a pragmatic or an operational level of research.

Is there enough evidence to act now? We would say most definitely there is. All the research is quite consistent. It shows young people saying they wouldn't want to be seen dead with a plain package, thinking it's uncool, dull, boring, it's embarrassing to be seen with and it's not something they would want to associate with. They are all quite consistent with their view that the young initiated to smoking is the one who would be most seriously affected by this and is the one who would be turned off by it most. That is why it's so hard to do research on this, of course, because the effects are not going to be seen fully for about 40 years.

• 1015

With all our strategies, our real target is that cohort of children who are growing up, who are entering high school, who are on the verge of either becoming smokers or managing to survive through their education without being attracted toward it. They are our target audience. Therefore, the effects are going to be small initially but they will be cumulative effects. This is merely an extension of all the arguments I'm sure you know well on the health warnings and on the advertising and, if you read through the minutes of evidence of the committee studying Bill C-51, you will see it all there.

Often we don't have enough evidence. We never have enough evidence, we never have enough research, but sometimes we have to make decisions.

Let me just take you back 100 years to what we, as epidemiologists, would consider to be our founding father, Dr. John Snow, in the city of London in England, who found that people were dying by the hundreds every day from a cholera

[Translation]

La banalisation est en fait une stratégie à deux volets. Premièrement, nous supprimons la promotion du produit. En second lieu, nous la remplaçons par de nouveaux avertissements évidents dont vous avez vu d'excellents exemples aujourd'hui.

Le premier jour, nous avons entendu des représentants de Santé Canada critiquer les études australiennes du Centre for Behavioural Research. On a affirmé que ces études portaient surtout sur les avertissements, mais c'est ainsi que cela doit être. Toutes les recherches indiquent que lorsqu'on élimine le reste du fouillis... Un ancien ministre de la Défense a déclaré sauf erreur que les concepteurs de ces trousseaux devraient travailler pour le ministère de la Défense parce qu'ils ont des as lorsqu'il s'agit de déguiser les avertissements sur la santé.

Les recherches effectuées sur la banalisation indiquent clairement que les avertissements sur la santé, les teneurs en goudron et de nicotine, par exemple, deviennent soudain beaucoup plus évidents. Les gens les remarquent et s'en souviennent davantage. Voilà donc en fait une méthode d'éducation du public. C'est la plus rentable.

La recherche suffit-elle? Je sais que Santé Canada poursuit les recherches. Comme scientifique médical, je précise que nous distinguons très clairement la recherche que nous qualifions de recherche explicative. Comme universitaire, bien entendu—j'enseigne la médecine à l'Université McMaster et je crois dans la recherche qui vise toujours à découvrir davantage de choses—je me rends compte que la question est très différente de ce que nous qualifions de recherche pratique opérationnelle.

Les preuves suffisent-elles pour agir maintenant? Certainement. Toutes les recherches sont assez uniformes. Elles révèlent que les jeunes affirment qu'ils ne voudraient pas se faire voir avec un paquet banalisé, car ils se disent que ce n'est pas cool, que c'est sans panache, ennuyant et embarrassant, et qu'ils ne veulent rien savoir à ce sujet. Les études sont tout aussi uniformes: le jeune qui est initié au tabagisme est celui qui sera affecté le plus sérieusement par la banalisation et le plus dissuadé par celle-ci. Voilà pourquoi la recherche en la matière est tellement difficile: les répercussions complètes d'une telle décision ne se feront sentir que dans une quarantaine d'années.

Toutes nos stratégies visent en réalité la cohorte des enfants en train de grandir, qui arrivent à l'école secondaire, qui sont sur le point de devenir fumeurs ou de réussir à survivre pendant toutes leurs études sans être attirés par le tabac. Ils constituent notre clientèle cible. C'est pourquoi les effets seront très limités au départ, mais ils s'accumuleront avec le temps. Mes propos découlent simplement de tous les arguments que vous connaissez très bien, j'en suis sûr, au sujet des avertissements sur la santé et de la publicité. Si vous lisez le compte rendu des témoignages du comité chargé d'étudier le projet de loi C-51, vous verrez que tout y est.

Souvent, les preuves ne sont pas suffisantes. Les preuves et la recherche ne suffisent jamais, mais il faut parfois décider.

Permettez-moi de vous ramener 100 ans en arrière, à l'époque où, selon les épidémiologistes, le père de la profession, le Dr John Snow, de Londres, en Angleterre, a constaté qu'une épidémie de choléra causait des centaines de victimes chaque

[Texte]

epidemic. His epidemiological research showed they were dying on one side of the street on one particular street but not on the other side of the street. The only thing he found different about the two sides of the street was the company that supplied the water to those sets of families. This was before the germ theory. He didn't know anything about the cholera bacteria, he didn't know anything about water borne disease, but he saw there was one factor in common. He went to the board of governors. Consider yourselves to be the board of governors. He said "I want to take away the handle on the pump". He persuaded them, without really any definite evidence, that it would be effective to do so. The epidemic stopped overnight.

There has to be an operational level of evidence in public health, and we believe that the level of evidence we have here now is sufficient.

I just want to give you the big picture because I think one can get lost in the woods if you concentrate too much on the trees. Before I came here, I received a call from the head office in Europe of the *Union internationale contre le cancer*, the International Union Against Cancer. They are very interested and they want an update on what this committee has decided so far, what you have heard, what the witnesses are saying, because they want to send out a bulletin immediately to all their offices around the world because there are many people who are going to be moving forward if you move forward. I would think certainly Australia and New Zealand, who have already been playing copy-cat with most of the other tobacco legislation that you and your colleagues have introduced over the last few years, will move forward, and I am sure that many of the European countries will move forward too, if you do.

You have the support of the media. I've seen you've been given a lot of material, dozens of editorials and commentaries from the media. You've seen that in 1992, 64% of the population supported this. Most of the provincial health ministers, all medical authorities support this. I believe you will do the right thing when you come to make your report.

Mr. Chairman, I rest my case.

The Chairman: Thank you.

M. de Savoye: Monsieur Goodyear, vous avez parlé de la santé, et je ne peux qu'être d'accord sur vos propos. La cigarette est certainement une cause indiscutable de cancer chez beaucoup de personnes.

Malgré tout cela, vous comprendrez que le débat ne vise pas à nous convaincre que le tabac est dangereux pour la santé. Personnellement, j'en suis convaincu et j'ai l'impression que mes collègues abondent dans le même sens.

Ce qu'on veut savoir, c'est si un effort pour imposer l'emballage banalisé rapportera vraiment des dividendes. Je ne suis pas médecin. Je ne suis même pas politicien. Je suis tout nouveau dans ce travail. Auparavant, quand j'avais à défendre un dossier, j'essayais de bâtrir une argumentation incontournable. Je n'ai jamais entendu cela ici.

Je vais vous proposer un type d'argumentaire et vous demander pourquoi vous et d'autres n'êtes pas capables de nous livrer ce type d'argumentaire. Par exemple, quelles sont les parts respectives de marché du consommateur de cigarettes en

[Traduction]

jour. Ses recherches en épidémiologie lui ont révélé que les habitants d'un côté d'une rue en particulier mouraient, mais pas ceux de l'autre côté. La seule différente qu'il a constaté entre les deux côtés de la rue, c'est l'entreprise qui approvisionnait les familles en eau. Cela se passait avant l'avènement de la théorie des germes. Sans rien connaître de la bactérie du choléra ni des maladies d'origine hydrique, il a constaté un facteur commun. Il s'est adressé aux gouverneurs. Imaginez-vous à la place des gouverneurs. Il leur a dit: «Je veux enlever la poignée de la pompe». Il a réussi à les persuader, sans preuve vraiment claire, de l'efficacité de ce moyen. L'épidémie s'est éteinte du jour au lendemain.

Dans le domaine de l'hygiène publique, il doit y avoir des preuves opérationnelles et nous sommes d'avis que celles que nous avons actuellement suffisent.

Je veux simplement vous brosser le tableau d'ensemble parce que l'on peut se perdre en forêt si l'on se concentre trop sur les arbres. Avant de venir ici, j'ai reçu un appel du bureau principal en Europe de l'Union internationale contre le cancer. Cet organisme s'intéresse énormément à la question et veut que je fasse le point sur ce que le comité a décidé de faire jusqu'à maintenant, sur ce que vous avez entendu, sur les propos des témoins, parce qu'il veut envoyer sur-le-champ un bulletin à tous ses bureaux du monde entier, car beaucoup de gens vont emboîter le pas si vous agissez. L'Australie et la Nouvelle-Zélande, qui ont déjà plagié la plupart des autres mesures législatives sur le tabac que vos collègues et vous-mêmes avez adoptées depuis quelques années, agiront certainement, tout comme beaucoup de pays d'Europe, si vous faites quelque chose.

Vous avez l'appui des médias. J'ai vu qu'on vous a remis une foule de documents, des douzaines d'éditoriaux et de commentaires des médias. Vous avez vu qu'en 1992, 64 p. 100 de la population étaient en faveur de la banalisation. Les ministres de la Santé de la plupart des provinces et toutes les autorités médicales appuient cette mesure. Vous prendrez la bonne décision lorsque vous présenterez votre rapport.

J'ai terminé, monsieur le président.

Le président: Merci.

M. de Savoye: Dr. Goodyear, you talked about health and I can only agree with you. Cigarette is most definitely a cause of cancer in a great many people.

Despite all that, you will understand that the purpose of the debate is not to convince us that tobacco is a health hazard. Personally, I am convinced and so are my colleagues, I think.

What we want to know is whether a campaign to make plain packaging mandatory will yield real results. I am not a doctor and not even a politician. I am brand new in this area of work. Previously, when I had to make a case, I tried to build concrete argumentation. I have not heard that here.

I will put to you some type of argument and ask you why you and other witnesses are unable to deliver such arguments. For example, what are the respective market shares held by the consumers of packaged cigarettes, the consumers of individual

[Text]

[Translation]

paquets, du consommateur de cigarettes à l'unité et du consommateur de tabac à rouler? Ensuite, quelles sont les habitudes des divers types de consommateurs: les débutants, ceux qui n'ont jamais fumé et qui vont débutter; les jeunes personnes; les adultes; les personnes âgées? Quels types de cigarettes consomment-ils? Ensuite, quelles seront les probabilités de réduction de la consommation si on impose l'emballage banalisé?

• 1020

Il y a des études sociologiques qui existent. D'ailleurs, je suis surpris qu'on n'ait pas entendu ici davantage de sociologues qui ont fait des études statistiques. Dieu sait que cela n'est pas difficile. Dans ce pays, on fait des sondages à tour de bras sur des sujets bien plus simples, bien moins complexes, et on nous arrive avec des statistiques qui sont vraisemblablement fiables. Quelle sera la probabilité de réduction de la consommation dans chacun des segments de population si on impose l'emballage banalisé, cela à court, à moyen et à long termes?

Dans beaucoup d'argumentations, on vise la réduction de la consommation chez les jeunes. Je suis complètement d'accord qu'on vise ce but, mais est-ce qu'on va y parvenir avec l'emballage banalisé?

Je reste sur mon appétit. Ce que j'attends est peut-être impossible à livrer. Qu'en pensez-vous, monsieur Goodyear?

Dr. Goodyear: As an academic, Mr. de Savoye, obviously I agree that we need more studies. But I would see the place of those studies basically being in fine-tuning. I don't imagine that if you recommend legislation, you'll be recommending legislation that contains every little dotted "i" and crossed "t". Naturally you'll be recommending legislation that gives the government the power to regulate all aspects of labelling and packaging, and the details will be worked out in the regulations, which of course can be fine-tuned as further research becomes available.

This is a unique product. Therefore I do not think, as previous speakers have said, it can be compared to milk and bread when you go to the supermarket. You have to remember that the vast majority of people who use this particular product are trying to break free from it. Therefore anything that helps them will be beneficial. That is why in all the public opinion surveys, the smokers will support these measures just as much as the non-smokers.

To reiterate, I and all my colleagues certainly believe that this will make an impact. The impact will be small to start with but will grow. The majority of that impact will be on those who have not yet started smoking and who are coming into the situation where they going to be vulnerable to various social influences. One of the strongest social influences is usually older children at school who become the images.

In my own discussions with smokers, the other day somebody said to me, he pulled this out of his pocket, and he said that he was a smoker and that going to plain packaging wouldn't influence his habit. But he said that when he was 16, that man there, that sailor, was his hero. He bought that packet because he wanted to be like the sailor. He said that if they'd had plain packaging he wouldn't have dreamed of starting smoking. That is where the biggest impact is going to be.

cigarettes and the consumers of roll-your-own tobacco? Next, what are the habits of various types of consumers: the beginners, those who have never smoked and will start smoking, youth, adults, older people? What types of cigarettes do they smoke? Next, what will the chances be of reducing smoking should plain packaging become mandatory?

Sociological studies have been made. I am surprised that more sociologists who made statistical studies have not been heard here. God knows that it is not difficult. In this country, surveys are made left and right on matters which are much more simple, much less complicated statistics which are likely reliable. What will be the probability of reducing smoking in each population segment if plain packaging becomes mandatory, and that, in the short, middle and long term?

Several arguments aim at reducing youth smoking. I agree entirely but will plain packaging succeed?

I still have more questions. What I expect may be impossible to deliver. What is your opinion, Dr. Goodyear?

Dr Goodyear: Comme universitaire, monsieur de Savoye, je reconnaiss certes qu'il faut d'autres études. J'estime toutefois que celles-ci devraient servir essentiellement à préciser les résultats. Je ne crois pas que vous recommandiez une mesure législative qui mette tous les points sur les «i» et toutes les barres sur les «t». Vous recommanderez bien entendu une mesure qui permet au gouvernement de réglementer tous les aspects de l'étiquetage et de l'emballage et les détails seront définis dans le règlement, qu'il est toujours possible d'améliorer à mesure que les résultats de recherche deviennent disponibles.

Le produit est unique. C'est pourquoi je ne crois pas, comme l'ont déjà dit d'autres témoins, qu'on puisse le comparer au lait et au pain lorsqu'on va au supermarché. Il ne faut pas oublier que la grande majorité des fumeurs essaient de cesser de fumer. Par conséquent, tout ce qui peut les aider sera avantageux. Voilà pourquoi, dans tous les sondages d'opinion, les fumeurs appuient ces mesures autant que les non-fumeurs.

Je répète: tous mes collègues et moi-même sommes convaincus que la banalisation aura des répercussions, limitées au départ mais qui prendront de l'ampleur. Ces répercussions se feront sentir surtout chez ceux qui n'ont pas encore commencé à fumer et qui sont sur le point d'être vulnérables à diverses influences sociales. Une des influences sociales les plus fortes est habituellement celle des enfants plus âgés à l'école, qui donnent l'exemple.

J'ai aussi discuté personnellement avec des fumeurs. L'autre jour, quelqu'un m'a dit en retirant ceci de sa poche qu'il fumait et que la banalisation n'aurait aucun effet sur lui. Mon interlocuteur m'a toutefois dit que lorsqu'il avait 16 ans, un homme en particulier, un marin, était son héros. Il a acheté le paquet parce qu'il voulait imiter le marin en question. Il m'a affirmé que si le paquet avait été banalisé, il n'aurait jamais rêvé de commencer à fumer. Voilà où se feront sentir surtout les effets de la banalisation.

[Texte]

There are going to be other measurable impacts amongst the young people who already smoke, many of whom, once they realize they're hooked, are trying to get off. There will be some impact on the older adult smoker who is also trying to quit, but those effects will naturally be less.

That is our considered opinion based on the research available to us today, which I assume is available to you as well.

You talk very much about the different groups. I assume you're familiar with the New Zealand research that showed how different personalities amongst children matched the different niches the various brands are targeted to. They are very deliberately targeted to various personality types.

Mr. de Savoye: I've been a teacher for some years, actually.

Dr. Goodyear: I know that our chairman has, too.

Mr. de Savoye: I've been a teacher for some years and I know that kids start smoking in the closet with one cigarette. They get out of there and they're green. They will get a second cigarette and a third cigarette. Those are not packed. It's not plain packaging; it's a plain cigarette. Then they're addicted. Whatever brand they will then favour depends on marketing, but it's too late. Even if it was plain-packed, they still are addicted and will go on.

I'm not sure at all that plain packaging will do anything other than moving around the share of the market, kind of uniformizing those shares among the different suppliers. It's my common sense. Anything contrary to that has not been presented to me to change my mind. That's my problem.

The Chairman: Could we have a quick response? We're out of time.

• 1025

Dr. Goodyear: The influences that start people smoking are very complex, which is why we have not been able to solve them. Many factors influence that child to make that decision. One of the more important ones is clearly what people around them are doing.

Anything that reduces the acceptability and the glamour of smoking in our society—which includes their peers and their parents because they're just as likely to take up the brand that their parents smoke, or that their older brother or sister smoke, or that their friends in school smoke—will ultimately have an effect.

Mr. Scott: Your organization, or the organizations that are associated with your interest, have been pursuing plain packaging for some time.

Dr. Goodyear: Yes.

Mr. Scott: And you made reference to international organizations in your presentation.

Dr. Goodyear: Yes.

Mr. Scott: I'm curious as to why the international cancer societies and the health community has not pursued a vigorous study that would establish the evidence that is necessary for us to make this decision if in fact you are convinced you could establish that evidence. On the studies we've had reference to, people have criticized them as being too small, or whatever.

[Traduction]

Il y aura d'autres répercussions quantifiables chez les jeunes fumeurs, dont beaucoup essaient de cesser de fumer lorsqu'ils se rendent compte qu'ils sont accrochés. La banalisation aura des répercussions chez le fumeur adulte qui essaie aussi de cesser de fumer, mais les effets seront bien entendu moindres.

Voilà notre avis réfléchi fondé sur les résultats de recherche disponibles aujourd'hui et auxquels vous avez sans doute accès aussi.

Vous parlez beaucoup des différents groupes. Je suppose que vous connaissez les résultats de la recherche effectuée en Nouvelle-Zélande et qui a démontré comment les personnalités différentes des enfants constituent les différents créneaux que les diverses marques visent. Celles-ci visent très délibérément divers types de personnalités.

M. de Savoye: En fait, j'ai enseigné pendant des années.

Dr Goodyear: Le président aussi, je le sais.

M. de Savoye: J'ai enseigné pendant des années et je sais que les jeunes fument leur première cigarette en cachette. Ils en ressortent tout verts. Ils en fument une deuxième et une troisième. Celles-ci ne sont pas emballées, ni banalisées. C'est une simple cigarette. Ils sont ensuite accrochés. La marque qu'ils fumeront ensuite dépendra du marketing, mais il est trop tard. Même si le paquet est banalisé, ils demeurent accrochés et continuent de fumer.

Je ne suis pas convaincu que la banalisation fera plus que simplement déplacer les parts de marché et les uniformiser entre les différents fournisseurs. C'est le bon sens qui me fait parler ainsi. On n'a pas réussi à me faire changer d'idée. Voilà mon problème.

Le président: Pouvez-vous répondre rapidement? Nous n'avons plus de temps.

• 1025

Dr Goodyear: Les causes du tabagisme sont très complexes et c'est pourquoi nous ne pouvons les comprendre. De nombreuses raisons incitent l'enfant à prendre une telle décision. Une des plus importantes est bien entendu son entourage.

Tout ce qui réduit l'acceptabilité et la vogue du tabagisme dans la société—ce qui inclut les pairs et les parents des intéressés, parce que les jeunes ont tout autant de chances d'adopter la marque de leurs parents, de leur soeur ou de leur frère aînés ou de leurs amis à l'école—finira par avoir un effet.

Mr. Scott: Votre organisation ou celles qui partagent votre intérêt préconisent la banalisation depuis longtemps.

Dr Goodyear: En effet.

Mr. Scott: Et vous avez fait allusion à des organisations internationales dans votre exposé.

Dr Goodyear: Oui.

Mr. Scott: Je me demande pourquoi les sociétés internationales du cancer et les milieux de la santé n'ont pas effectué d'études poussées afin de démontrer que nous devons prendre cette décision si vous êtes en fait convaincus de pouvoir réunir les preuves en question. Quant aux études auxquelles nous avons fait allusion, des gens en ont critiqué l'envergure trop limitée.

[Text]

My only question is why hasn't someone undertaken the obtaining of the kind of proof we all seem to be looking for, given that there's an international interest and there's been some time put in it?

Dr. Goodyear: As Dr. Fry said on the first day here, marketing research is never conclusive. I think what you really want me to say is that we have discovered that in Ruritania, for instance, they introduced plain packaging last year and a recent study showed that it decreased the incidence of smoking among adolescents by 25%.

The sort of evidence you're looking for is almost impossible to obtain. This issue was discussed at great length by Mr. Justice Morling in a decision in the Australian Federal Court recently, in which the tobacco industry was again the centre of attention. He pointed out that the standard of proof they demanded was impossible to obtain.

Let me give you an example. It was decided that the effects of reducing risk factors for coronary artery disease in the United States should be looked at. The study was named the MRFITS study—the multiple risk factor intervention trial. Half the subjects were randomly allocated to trying to reduce all their risk factors, of which smoking was a major one, of course. The other half of the subjects were just left alone.

Well, the intervention certainly worked. In the intervention group smoking was reduced considerably. Unfortunately for the researchers, but fortunately for society, smoking was also reduced considerably in the group that were just left alone, because you cannot isolate a group of people. You cannot take Saskatchewan and seal it off and say that it's going to have plain packaging and the rest of Canada is going to continue as usual, then you're going to see what happens in Saskatchewan, compared to the rest of the country.

There is so much background noise and so much societal change in terms of the attitudes to tobacco and the tobacco industry. Just look at what is going on in the United States, with the house subcommittee on health, that's been reported on almost daily in the newspapers.

The attitudes toward tobacco and smoking are, as I said, changing on a daily basis, so you cannot isolate one intervention from another. But I said that every intervention, no matter how small...and this is one that's not going to cost you anything, although it may cost the tobacco industry something, and if it passes those costs onto the consumer, all the better.

Does that answer your question, Mr. Scott?

Mr. Scott: Thank you.

Mr. Patry: Dr. Goodyear, in Nova Scotia a certain study was done recently and approximately 90% of the kids aged 15 years were aware that cigarettes were causing lung cancer.

Dr. Goodyear: Yes.

Mr. Patry: I don't say that the education is really good, but it's not that bad if at age 15 you know there is a problem in that regard.

[Translation]

Ma seule question est la suivante: pourquoi n'a-t-on pas cherché à réunir les preuves que nous semblons tous rechercher, étant donné l'intérêt international que suscite la question et le temps qu'on y a consacré?

Dr Goodyear: Comme l'a dit le Dr Fry la première journée des audiences du comité, les études de marché ne sont jamais concluantes. Ce que vous voulez me faire dire en réalité, c'est que nous avons découvert qu'en Ruritanie, par exemple, on a imposé la banalisation l'année dernière et qu'une étude récente a démontré que le tabagisme chez les adolescents avait diminué de 25 p. 100.

Il est presque impossible d'obtenir le type de preuve que vous recherchez. Le juge Morley a traité en longueur de la question dans une décision récente de la Cour fédérale d'Australie. L'industrie du tabac y était encore une fois le centre d'attraction. Il a signalé qu'il était impossible d'obtenir le genre de preuve qu'on recherchait.

Voici un exemple. Il a été décidé qu'il fallait examiner les effets de la réduction des facteurs de risque de la coronaropathie aux États-Unis. L'étude a été appelée étude d'essai d'intervention à l'égard du facteur de risques multiples. On a réparti au hasard la moitié des sujets afin d'essayer de réduire tous leurs facteurs de risque, dont le tabagisme était bien entendu un des plus importants. On n'a pas touché à l'autre moitié des sujets.

L'intervention a certainement donné des résultats. Le tabagisme a diminué considérablement au sein du groupe d'intervention. Malheureusement pour les chercheurs mais heureusement pour la société, le tabagisme a aussi diminué considérablement au sein du groupe témoin qu'on n'a pas touché, parce qu'il est impossible d'isoler un groupe de personnes. On ne peut isoler la Saskatchewan et dire qu'on y imposera la banalisation sans rien changer au reste du Canada, mais qu'on va voir alors ce qui se passera en Saskatchewan pour comparer la situation à celle du reste du pays.

Il y a tellement de bruit de fond et de changements sociaux quant aux attitudes vis-à-vis du tabac et de l'industrie du tabac. Regardez simplement ce qui se passe aux États-Unis et au Sous-comité de la santé de la Chambre des représentants, qui fait l'objet de compte rendus presque quotidiens dans les journaux.

Comme je le disais, les attitudes à l'égard du tabac et du tabagisme changent tous les jours et c'est pourquoi il est impossible d'isoler une intervention d'une autre. Or, j'ai aussi dit que toute intervention, aussi limitée soit-elle... et c'en est une qui ne vous coûtera absolument rien, même si elle peut coûter quelque chose à l'industrie du tabac. Et tant mieux si celle-ci en fait porter le coût au consommateur.

Cela répond-il à votre question, monsieur Scott?

M. Scott: Merci.

M. Patry: Docteur Goodyear, une étude effectuée récemment en Nouvelle-Ecosse a révélé qu'environ 90 p. 100 des jeunes de 15 ans savent que la cigarette est une cause de cancer du poumon.

Dr Goodyear: En effet.

M. Patry: Je ne dis pas que l'éducation est vraiment bonne, mais ce n'est pas mal si l'on sait à 15 ans que la cigarette pose un problème.

[Texte]

Why do they start smoking? Is it because of a social problem at school, with the other youths smoking? Is it because the parents are smoking? Or is it really because of publicity?

Is it publicity with the young and youth smokers that's really responsible, or is it just one of the little factors, as you mentioned in the meeting? Is it perhaps just 1% of the factors? I'm just trying to understand.

Dr. Goodyear: It's all of those things. Yes, of course, it's good that we've succeeded in educating the majority of 15-year-olds that smoking is associated with lung cancer. Unfortunately, when you talk to 15-year-olds about lung cancer, their attitude is that lung cancer is something someone else gets, like another boy or another girl, but that they don't get. Adolescents are invincible, they're immortal. They're not interested in consequences of their actions that occur 20 years hence.

• 1030

So I find talking about the health consequences of smoking to adolescents to be a very frustrating experience. Factors that they're far more interested in include their social acceptability. That's why they love to wear badges saying "smoking stinks" or "I don't kiss smokers" and things like that. Those are things that are immediately of a consequence to them.

Therefore, things that affect their ability to mix in crowds, their acceptability to their colleagues or to all the children they wish to emulate, are absolutely critical. That is why I and my colleagues believe that plain packaging is one of the most essential planks in our comprehensive strategy. It's not going to solve the problem overnight on its own, but it has to be there as part of that strategy. Thank you.

M. Patry: Merci.

The Chairman: Thank you very much, Dr. Goodyear.

Dr Goodyear: Merci beaucoup.

Le président: Nos prochains témoins représentent le Conseil canadien de la distribution alimentaire.

Good morning, folks. Would you introduce your people and give us a brief statement if you wish. Then hopefully we'll have an exchange between you and the committee.

Mr. Michel Nadeau (Vice-President, Public Affairs and Member Services, Canadian Council of Grocery Distributors): Good morning, Mr. Simmons. Thank you very much for allowing us to present the views of the Canadian Council of Grocery Distributors.

I would like to first introduce my colleagues who are with me this morning. Mr. Rushton represents one of our members, Sobey's, based in Atlantic Canada. Mr. Fafard represents Hudon et Deaudelin, a subsidiary of the Oshawa group that has stores pretty well across the country.

Mr. Chairman, I would first like to give you an overview of CCGD's position, after which we will welcome questions from the members. Our colleagues here will be glad to answer or clarify any point you may have concerning our council's position.

[Traduction]

Pourquoi les jeunes commencent-ils à fumer? Est-ce à cause d'un problème social à l'école, où d'autres jeunes fument? Est-ce parce que les parents fument, ou est-ce vraiment à cause de la publicité?

Est-ce la publicité auprès des jeunes et des jeunes fumeurs qui en est vraiment la cause ou s'agit-il simplement d'un des nombreux facteurs, comme vous l'avez dit au cours de la réunion? S'agit-il de 1 p. 100 seulement des facteurs? J'essaie simplement de comprendre.

Dr Goodyear: Tous ces facteurs jouent. Bien entendu, il est bon que nous ayons réussi à apprendre à la plupart des jeunes de 15 ans qu'il y a un lien entre le tabac et le cancer du poumon. Malheureusement, lorsqu'on parle de cancer du poumon aux jeunes de 15 ans, ceux-ci croient que c'est une maladie qui n'affecte que les autres. Les adolescents sont invincibles, immortels. Les répercussions de leurs actes qui se feront sentir dans 20 ans ne les intéressent pas.

• 1030

C'est pourquoi je trouve très frustrant de parler aux adolescents des répercussions du tabac sur la santé. Leur acceptabilité sociale, notamment, les intéresse beaucoup plus. Voilà pourquoi ils aiment porter des macarons où l'on peut lire que «Fumer, ça pue» ou «Je n'embrasse pas de fumeurs», par exemple. Voilà des choses qui ont des répercussions immédiates pour eux.

C'est pourquoi des choses qui affectent leur capacité de se mêler à la foule, leur acceptabilité auprès de leurs pairs ou de tous les enfants dont ils veulent suivre l'exemple sont absolument critiques. Voilà pourquoi mes collègues et moi-même croyons que la banalisation est un des éléments les plus essentiels de notre stratégie globale. Cela ne réglera pas le problème du jour au lendemain, mais ces moyens doivent faire partie de la stratégie. Je vous remercie.

M. Patry: Thank you.

Le président: Merci beaucoup, docteur Goodyear.

Dr. Goodyear: Thank you very much.

The Chairman: Our next witnesses represent the Canadian Council of Grocery Distributors.

Bonjour. Pouvez-vous nous présenter votre délégation et nous faire une brève déclaration. J'espère ensuite qu'il pourra y avoir un échange entre vous et les membres du comité.

M. Michel Nadeau (président, Affaires publiques et Services aux membres, Conseil canadien de la distribution alimentaire): Bonjour, monsieur Simmons. Merci beaucoup de nous avoir permis de présenter au comité les vues du Conseil canadien de la distribution alimentaire.

Je vais d'abord vous présenter mes collègues qui m'accompagnent ce matin. M. Rushton représente un de nos membres, Sobey's, de la région de l'Atlantique. M. Fafard représente Hudon et Deaudelin, filiale du groupe Oshawa, qui a des magasins un peu partout au pays.

Monsieur le président, je vais d'abord vous donner un aperçu de la position du CCDA et nous répondrons ensuite aux questions des députés. Nos collègues s'empresseront de répondre à vos questions ou de clarifier tout aspect de la position du conseil.

[Text]

To give you a brief explanation of who we are, the Canadian Council of Grocery Distributors is a non-profit association dedicated to the active promotion of its members' economic well-being in delivering the best value to consumers and serving community needs with integrity.

The council was formed in 1987 with the merger of the food division of the Retail Council of Canada and the Canadian Grocery Distributors Institute. Among its members you find small and large grocery wholesalers and retailers, as well as food chains. In addition, there are allied members, who provide a wide range of support services to our industry.

CCGD's membership represents approximately 85% of the Canadian food distribution sales at retail level. Our industry provides jobs to more than 400,000 persons at wholesale and retail levels combined, and pays close to \$7 billion in salaries annually. In 1993 the Canadian food distributors industry business volume was approximately \$48 billion.

With that short introduction, I would like now to give you an overview of CCGD's position regarding plain packaging. First of all, I want to point out that our members are very sensitive about the problem of smoking by the youth of Canada. Its members, through the retail food store, have actively been supporting all campaigns promoting the respect of the minimum age for smoking in every province. We also strongly believe that government efforts to discourage consumption of tobacco products among the youth should be focused on education.

In its mandate of examining the effectiveness of plain packaging of tobacco products in reducing both tobacco consumption and smuggling, the House of Commons health committee should take into account, in our view, the following considerations:

First of all, as a general principle, a manufacturer, a distributor, or a retailer should maintain the right to legitimately promote a legal product to the public. For us, a plain packaging regulation would infringe that basic democratic right. There is no evidence right now that plain packaging would really affect consumption. Existing studies are inconclusive. The health department should not make their decision prior to completion of government's own study, which appears to be due in December of this year.

Plain packaging will make counterfeit much easier and thus will resurrect the smuggling problem. You can talk to any specialist, and I am sure quite a few have been through this room over the last couple of weeks: any print shop can copy black and white. I don't think that's the way we are going to solve the problem that we are faced with today. Plain packaging will also cost Canadian jobs. Retailers and distributors once again will lose jobs to criminals. In addition, jobs at the

[Translation]

Je vais vous expliquer brièvement qui nous sommes. Le Conseil canadien de la distribution alimentaire est une association sans but lucratif qui se consacre à la promotion active du bien-être économique de ses membres en offrant le meilleur rapport qualité-prix aux consommateurs et en desservant les besoins de la communauté avec intégrité.

Le conseil est né en 1987 de la fusion de la division des aliments du Conseil canadien du commerce de détail et de l'Institut canadien de la distribution alimentaire. Parmi ses membres figurent de petits et d'importants grossistes en alimentation, des épiciers et des chaînes d'alimentation. Il compte en outre des membres connexes qui fournissent une vaste gamme de services de soutien à notre industrie.

Les ventes réalisées par les membres du CCDA comptent pour environ 85 p. 100 des ventes au détail de la distribution alimentaire au Canada. Notre industrie emploie plus de 400 000 personnes dans les secteurs de la vente en gros et au détail et elle verse annuellement 7 milliards de dollars en salaires. En 1993, l'industrie canadienne de l'industrie alimentaire a réalisé un chiffre d'affaires de 48 milliards de dollars.

• 1035

Cela dit, je vais maintenant vous donner un aperçu de la position du CCDA au sujet de la banalisation. Tout d'abord, je signale que nos membres sont très sensibilisés au problème du tabagisme chez les jeunes Canadiens. D'ailleurs, ils appuient activement, grâce à leurs magasins d'alimentation, toutes les campagnes prônant le respect de l'âge minimum de consommation du tabac dans chaque province. En outre, ils croient fermement que les efforts déployés par le gouvernement afin de dissuader les jeunes de consommer les produits du tabac devraient être axés sur l'éducation.

Dans le cadre de son mandat visant à examiner l'efficacité de la banalisation des produits du tabac afin d'en réduire la consommation et la contrebande, le Comité permanent de la santé devrait tenir compte des points suivants:

En principe, les fabricants, les distributeurs et les détaillants devraient conserver le droit légitime de promouvoir un produit légal auprès du public. L'adoption d'une loi sur la banalisation des produits du tabac empiéterait sur ce droit démocratique essentiel. Rien ne prouve que la banalisation des produits du tabac en réduirait la consommation. Les études actuelles sont peu concluantes. Le ministère de la Santé ne devrait prendre aucune décision tant que le gouvernement n'aura pas terminé sa propre étude en décembre 1994.

La banalisation des produits du tabac facilitera la contrefaçon et fera resurgir le problème de la contrebande. N'importe quel atelier d'imprimerie peut faire des copies en noir et blanc, comme pourra vous le dire n'importe quel spécialiste. Je suis sûr que vous en avez accueilli bon nombre depuis quelques semaines. Je ne pense pas que c'est ainsi qu'il faut s'y prendre pour régler le problème actuel. La banalisation des produits du tabac entraînera la perte d'emplois au Canada.

[Texte]

packaging manufacturers' level would equally be lost. Furthermore, it appears that generic packaging will potentially eliminate two domestic manufacturers in a few years, and of course thousands of jobs then would be lost again.

Plain packaging, according to many experts, appears to be also in contravention of international trade agreements, such as NAFTA and GATT. On that matter I would suggest this committee talk with Industry Canada and seek their advice on that particular issue.

Since we are in the business of responding to consumer needs, plain packaging will lead to major complaints relative to brand identification, stock keeping, costly time for inventory control. Numerous errors will arise at store and warehouse levels.

Consumer confidence in trademarks is extremely important in any business. Millions of dollars are spent on brand registration. Once Canada's trademarks are gone from packaging, believe it or not, smokers will look for fully branded alternatives elsewhere, meaning illegal products, which will not be available of course in our stores any more, thus penalizing again the industry for respecting the law, and penalizing the consumer. We will get back to the same problem we were able to solve finally last February as a result of the joint program announced by the federal government and the Province of Quebec.

[Traduction]

Les détaillants et les distributeurs devront encore une fois supprimer des emplois à cause de l'activité criminelle. La banalisation entraînera aussi la disparition d'emplois chez les fabricants d'emballages. Il semble en outre que la banalisation pourrait entraîner la disparition de deux fabricants canadiens d'ici quelques années, ce qui se traduira bien sûr par la perte de milliers d'autres emplois.

Selon nombre d'experts, la banalisation des produits du tabac contrevient aux accords de commerce internationaux comme l'ALENA et le GATT. À cet égard, je recommande au comité de demander conseil à Industrie Canada.

Puisque nous sommes en affaires pour répondre aux besoins des consommateurs, la banalisation des produits du tabac donnera lieu à des plaintes importantes au sujet de l'identification des marques de commerce, du contrôle des stocks coûteux en temps et en argent et de nombreuses erreurs dues à la manutention des produits.

Dans toute entreprise, la confiance des consommateurs à l'égard des marques de commerce est d'une très grande importance. Des millions de dollars sont dépensés pour faire enregistrer ces marques. À partir du moment où les marques de commerce canadiennes disparaîtront des emballages, les fumeurs chercheront d'autres produits, sans doute illégaux, portant une marque de commerce, qui ne seront pas offerts dans nos magasins, ce qui nous pénalisera encore parce que nous respectons la loi. Nous nous retrouverons avec le même problème que nous n'avons pu régler en février dernier à la suite du programme conjoint annoncé par le gouvernement fédéral et la province de Québec.

• 1040

In conclusion, Mr. Chairman, we believe that the federal government should look seriously at taking an approach toward promoting education, rather than thinking of regulating plain packaging of tobacco products. We believe this commission should concentrate its efforts towards education campaigns targeted at our youth.

We believe also that promoting the effect associated with smoking will have a much more lasting impact in the long term than obliging manufacturers to use plain packaging.

I just want to mention before I open up for the question period that CCGD, as I said earlier, is a distributors association and has no membership representation from any manufacturers in Canada. It's solely a distributor association and we speak on their behalf this morning.

The Chairman: Mr. de Savoye and then Mr. Scott.

M. de Savoye: Monsieur Nadeau, comprenez-vous le français?

M. Nadeau: Oui, très bien.

M. de Savoye: Je veux d'abord vous féliciter pour un point dans votre rapport. Lorsque vous parlez d'éducation, vous touchez en moi une corde sensible.

M. Nadeau: Merci.

M. de Savoye: Cependant, je me pose des questions sur beaucoup d'autres points. Je vais vous les énumérer.

Pour conclure, monsieur le président, le gouvernement fédéral devrait envisager sérieusement une stratégie d'éducation au lieu d'une réglementation sur la banalisation des produits du tabac. Le comité devrait concentrer son énergie à des campagnes d'éducation de la jeunesse.

Nous croyons aussi que la sensibilisation du public aux conséquences néfastes du tabagisme aura un effet beaucoup plus durable que si l'on oblige les fabricants à banaliser les produits du tabac.

Avant de passer à la période de questions, permettez-moi de mentionner que le CCDA, comme je l'ai dit auparavant, est une association de distributeurs qui ne compte aucun représentant des fabricants au Canada. L'association se compose uniquement de distributeurs et c'est son nom que nous témoignons ici.

Le président: M. de Savoye, puis M. Scott.

Mr. de Savoye: Mr. Nadeau, do you understand French?

Mr. Nadeau: Yes, very well.

Mr. de Savoye: First of all, let me congratulate you for talking about education in your report. This is a very sensitive issue to me.

Mr. Nadeau: Thank you.

Mr. de Savoye: However, many other issues raise questions in my mind. Here they are.

[Text]

Par exemple, vous dites à la fin de la première page du texte français:

L'adoption d'une loi sur la banalisation des produits du tabac empiéterait sur ce droit démocratique essentiel.

Vous parlez du droit légitime de promouvoir un produit légal au public. Vous avez sans doute obtenu un avis juridique là-dessus et vous pourrez probablement me le citer.

Vous dites aussi:

La banalisation des produits du tabac facilitera la contrefaçon et fera resurgir le problème de la contrebande. N'importe quel atelier d'imprimerie peut faire des copies en noir et blanc.

Y a-t-il de la contrebande d'oeufs?

Vous parlez de la banalisation au paragraphe suivant. Vous dites:

Les détaillants et les distributeurs devront encore une fois supprimer des emplois à cause de l'activité criminelle.

Votre prémissse est qu'il y aura des activités criminelles. Évidemment, cela appuie votre conclusion, mais comment pouvez-vous appuyer votre prémissse?

Vous dites également:

Selon nombre d'experts, la banalisation des produits du tabac contrevient aux accords de commerces internationaux, tels l'ALÉNA et le GATT.

Vous pourrez me citer les experts dont vous parlez dans quelques instants.

À la fin de cette énumération, vous indiquez:

...les fumeurs chercheront d'autres produits (sans doute illégaux) portant une marque de commerce...

Sur quelle étude vous basez-vous pour faire cette affirmation?

Je vous écoute.

M. Nadeau: Voulez-vous répéter votre première question sur les produits légaux, monsieur de Savoye? J'ai ai manqué un petit bout.

M. de Savoye: Vous dites:

L'adoption d'une loi sur la banalisation des produits du tabac empiétrait sur ce droit démocratique essentiel.

Vous parlez du droit de promouvoir un produit légal au public. Avez-vous obtenu un avis juridique à ce sujet et, si oui, lequel?

M. Nadeau: Dans le dossier spécifique qui nous concerne, je n'ai pas déposé de documents ce matin. Toutefois, je peux affirmer que des approches similaires ont été adoptées dans les années antérieures concernant d'autres genres de produits.

Nos discussions avec nos conseillers juridiques nous ont démontré que, tant et aussi longtemps qu'un produit est considéré comme légal, on ne voit pas que les gouvernements puissent nous imposer des modes d'opération, à moins qu'on nous présente la preuve que ces produits-là constituent un danger réel. À ce moment-là, on se demande pourquoi il n'y a pas une réglementation interdisant carrément la vente de tel ou tel produit.

Dans cette perspective, on considère que cela nous enlève la possibilité d'exercer un droit fondamental.

[Translation]

For example, it says on the first page of your English text:

Plain packaging regulation would infringe with that basic democratic right.

You are talking about the right to legitimately promote a legal product to the public. You undoubtedly received legal advice on this issue and you can probably give me the references.

You are also saying:

Plain packaging will make counterfeiting much easier, thus resurrect the smuggling problem. Any print shop can copy black and white.

Is there any egg smuggling?

In the next paragraph, you talk about plain packaging:

Retailers and distributors would once again loose jobs to criminals.

Your premise is that this situation will induce criminal activity. This obviously supports your conclusion, but how can you support your premise?

You are also saying:

Plain packaging, according to many experts, appears to be in contravention of international trade agreements such as NAFTA and GATT.

You will be given the opportunity to quote these experts in a few minutes.

At the end of this enumeration, you mention:

...smokers will look for fully-branded alternatives (albeit illegal), ...

On what do you base this statement?

You can answer now.

M. Nadeau: Would you care to repeat your first question on legal products, Mr. de Savoye? I missed a few words.

M. de Savoye: You are saying:

A plain packaging regulation would infringe with that basic democratic right.

You are talking about the right to promote a legal product to the public. Did you receive legal advice on this subject and, if yes, what is it?

M. Nadeau: On this specific subject, I did not table any documents this morning. However, I can state that similar approaches have been adopted in the past concerning other product types.

Our legal advisors have shown us that, as long as a product is considered legal, there is no way for governments to impose on us any «modus operandi», unless there is evidence that this product represents a real danger. One then wonders why there is no regulation outrightly prohibiting the sale of such products.

In this context, we think this is depriving us of a fundamental right.

[Texte]

[Traduction]

M. de Savoye: L'avis vient de vos conseillers juridiques.

M. Nadeau: Oui.

M. de Savoye: Ma deuxième question?

M. Nadeau: On parle de la contrebande. Monsieur de Savoye, vous connaissez tout ce qu'on a vécu au cours des trois dernières années. Il y a des réseaux extrêmement bien organisés et très professionnels qui ont vu le jour un peu partout au pays pour la distribution de ces produits qui étaient vendus...

• 1045

M. de Savoye: Monsieur Nadeau, à mon sens, la contrebande vient du profit. Pas de profit, pas de contrebande. Par exemple, il n'y a pas d'emballage plus banalisé que celui d'une douzaine d'oeufs. Pourtant, on n'a pas de contrebande d'oeufs. Pourquoi? Parce qu'il faudrait mettre le produit dans l'emballage. Pouvez-vous nous donner de l'information supplémentaire pour appuyer votre propos ou si c'est simplement votre opinion?

M. Nadeau: Notre opinion est basée sur la réalité de tous les jours. On se renseigne auprès de spécialistes de l'imprimerie qui nous disent: Il est facile pour un contrebandier de reproduire un paquet de cigarettes qui serait normalement taxable.

Il y a une autre dimension aussi. Si l'emballage des produits est semblable à l'échelle de l'industrie, on mettra sur le marché des cigarettes étrangères dont l'emballage sera presque identique à celui des cigarettes qui sont actuellement sur le marché. On a vécu cela durant la crise du tabac.

Cela répond à vos deuxième et troisième questions. On parle d'activités criminelles de la part d'organisations extrêmement bien structurées qui vendraient des produits étrangers aux consommateurs qui veulent continuer d'utiliser le même paquet.

M. de Savoye: Qui sont les experts qui parlent de l'ALÉNA et du GATT?

M. Nadeau: Je n'ai pas les citations ici ce matin, mais on peut vous fournir ces renseignements. On peut parler du domaine économique et du domaine des affaires étrangères. Il nous fera plaisir de vous faire parvenir les renseignements supplémentaires que vous cherchez à obtenir à ce sujet.

Est-ce que cela répond à vos questions, monsieur de Savoye?

M. de Savoye: Je vais laisser M. Scott poursuivre. Je vous remercie, monsieur Nadeau.

M. Scott: Je vous souhaite la bienvenue.

If we could take away your fear of the illegal cigarette issue, the contraband, would you still be here?

M. Nadeau: As a business?

M. Scott: As an organization. Is the reason you're encouraging us not to pursue this because you feel, as a business, as an organization, that the principal threat to your organization is illegal cigarettes?

M. Nadeau: There are two basic principles. First, we believe commercial matters should be handled by the industry itself, unless there is evidence or regulations prohibiting a product that isn't normally sold.

M. de Savoye: This comes from your legal advisors.

M. Nadeau: Yes.

M. de Savoye: And my second question?

M. Nadeau: We are talking about smuggling, Mr. de Savoye. You know what the situation has been in the last three years. Very well-organised and very professional networks have popped out all over the country to distribute these products which were sold...

M. de Savoye: Mr. Nadeau, I think smuggling exists because it is profitable. No profit, no smuggling. For example, there is no plainer packaging than for a dozen of eggs. Yet, there is no egg smuggling. Why? Because you would have to package the product. Can you give me more details supporting your statement, or is it only an opinion?

M. Nadeau: Our opinion is based on a day-to-day reality. Printing specialists are telling us that it is easier for smugglers to reproduce a package of cigarettes which would normally be taxable.

There is also another dimension to this problem. If all products were packaged the same way in the industry, foreign brands would be marketed with a packaging almost identical to the domestic one. We have seen this during the tobacco crisis.

That answers your second and third questions. We're talking about criminal activities by extremely well-structured organizations which would sell foreign products to consumers who want the same packaging.

M. de Savoye: Who are the NAFTA and GATT experts?

M. Nadeau: I do not have the exact references with me, but they can be provided to you. There are two dimensions: economic and foreign affairs. We will be pleased to provide you with the additional information you are looking for.

Does that answer your questions, Mr. de Savoye?

M. de Savoye: I will let Mr. Scott follow up on this. Thank you, Mr. Nadeau.

M. Scott: Welcome.

Si nous pouvions vous enlever la peur de la contrebande des cigarettes, seriez-vous quand même ici?

M. Nadeau: En tant qu'entreprise?

M. Scott: En tant qu'organisme. Lorsque vous nous exhortez à ne pas adopter une telle loi, est-ce à cause du danger principal que représentent les cigarettes illégales pour votre organisme?

M. Nadeau: Il y a deux principes de base. En premier lieu, il faudrait laisser l'industrie régler les questions commerciales, à moins qu'il n'y ait manifestement des règlements qui interdisent la vente d'un produit qui n'est pas vendu normalement.

[Text]

Mr. Scott: So this is a business practices issue.

Mr. Nadeau: Yes.

As well, we believe there are other ways to achieve the same goal. We as an industry have proposed to previous governments—in submissions at both the federal and provincial level—that we are willing to support any educational campaigns through some of the vehicles that we put through the house of every Canadian consumer on a weekly basis.

We are committed and all of our members across the country are willing to do that. We believe this is something concrete we can achieve as an industry, because on a daily basis we deal with the consumer, to educate them and pass on the message about the danger of tobacco to the youth of our country.

Mr. Scott: You would support the inclusion of warning labels.

Mr. Nadeau: We would support . . .?

Mr. Scott: You would support the inclusion of the warning labels on packages. You said education and that you want information. This is just informed decision.

Mr. Nadeau: But I think we're going to go beyond that.

Mr. Scott: Okay, we'll take you beyond that.

The big signs in your stores—is there a requirement that there be warning labels on those? I believe there is not. Would you support big warning labels saying that cancer kills you, that cigarettes cause cancer? Would you support having those warning labels on signs in your stores?

Mr. Michel Fafard (Canadian Council of Grocery Distributors): We already have them on packaging.

Mr. Scott: I am asking about these big signs that are in your store saying Player's or whatever. Do you support that?

• 1050

Mr. Nadeau: I don't think we would have any problem with that. It's already on packaging. If that is another way to enhance the fact that consumption of tobacco products could be a hazard to your health, I mean, anywhere it can be printed to remind the consumer about it, certainly we would cooperate to promote that message. We're willing to put it in our flyers, so I wouldn't see any reason why we wouldn't be willing to do it from a—

Mr. Scott: Do you think the industry would allow you to put that on their advertising?

Mr. Fafard: They would put it on themselves. There has been so much legislation on it.

Mr. Scott: My guess is that they don't. I don't think they do. And I assume they don't because they're not required to. And until they are required to, I assume they won't. I'm wondering if they would let you do that. If you feel strongly about this, you could put a little label on these advertisements. You have these stores. Do you think they would let you do that?

Mr. Fafard: You would have to ask them the question. We don't mind if they do.

[Translation]

M. Scott: C'est donc une question de pratique commerciale.

M. Nadeau: Oui.

De plus, il y a d'autres façons d'accomplir le même but. Dans des mémoires aux gouvernements fédéral et provinciaux antérieurs notre industrie s'est dite prête à appuyer toute campagne d'éducation par certains des véhicules que nous distribuons chaque semaine à tous les consommateurs canadiens.

Nous nous sommes engagés à le faire, et tous nos membres au pays partagent notre avis. Notre industrie peut prendre de telles mesures concrètes, car nous avons des contacts quotidiens avec les consommateurs et nous pouvons les éduquer tout en informant les jeunes des dangers du tabagisme.

M. Scott: Vous appuieriez des avertissements.

M. Nadeau: Nous appuierions . . .?

M. Scott: Vous appuieriez l'ajout d'avertissements sur les paquets. Vous préconisez des campagnes d'éducation et d'information. Ce n'est qu'une décision éclairée.

M. Nadeau: Nous irions beaucoup plus loin.

M. Scott: Parfait, voyons ce qu'il en est.

Les grosses affiches dans vos magasins doivent-elles, de par la loi, comporter des avertissements? Je ne pense pas. Seriez-vous d'accord pour que ces grandes affiches dans vos magasins sensibilisent en grosses lettres le public au cancer causé par la cigarette?

Mr. Michel Fafard (Conseil canadien de la distribution alimentaire): Il y en a déjà sur les paquets.

M. Scott: Je parle des grosses affiches de Player's ou d'autres marques dans vos magasins. Seriez-vous d'accord avec cela?

M. Nadeau: Cela ne devrait pas nous poser de problème puisque les avertissements sont déjà sur les paquets. Si c'est un autre moyen de sensibiliser les gens au danger du tabagisme pour la santé, peu importe où on peut le faire, nous appuierions assurément une telle mesure. Comme nous les ajouterions aussi à nos circulaires, je ne vois aucune raison de ne pas le faire. . .

M. Scott: Pensez-vous que l'industrie vous permettrait de toucher à ses affiches?

M. Fafard: Elle le ferait elle-même. La question est tellement réglementée.

M. Scott: Je ne crois pas qu'elle le fasse, sans doute parce qu'elle n'y est pas tenue. Tant qu'elle n'y sera pas obligée, elle ne changera pas d'idée. Je me demande si elle vous laisserait faire cela. Si la question vous tient tellement à cœur, vous pourriez ajouter quelques mots sur ces affiches. Vous avez les magasins. Pensez-vous que l'industrie vous laisserait agir de la sorte?

M. Fafard: Il faudrait lui poser la question. Nous serions d'accord si elle l'est également.

[Texte]

[Traduction]

Mr. Scott: But I don't really—

Mr. Fafard: If the plastic belongs to them, and it belongs to them, I think what we're doing is showing something that we're allowed, that the law allows us to put in our store. There are things that they don't allow us to do any more and we do not do them. We follow the law.

Mr. Scott: I understand that.

Mr. Fafard: Whatever the law says, we follow the law.

Mr. Scott: You said that the labelling on the cigarette packages didn't go far enough. That's what you said. You would like to see things go further. I'm trying to find where we can go. We're trying to make a decision here about how to decrease consumption. You've given us an opportunity—

Mr. Nadeau: As an example, for instance, we could put in our circulars some messages of general concern or education. For instance, I always make reference to the campaign about alcoholic beverages for pregnant women, to consume in moderation and all kinds of tips about not mixing alcohol and driving and those kinds of things. I think those are general messages that down the road will do a great deal to sensitize our youth and make them aware, make them realize the danger that they're facing by making that decision to smoke.

Mr. Scott: It's a commendable objective, but what I'm saying is you would have... I think you'd be in a strong position of leverage with the industry because they place these big signs in your stores. You would be in a strong position to have them put those warning labels in place. Despite the fact that they're not required by law right now, as I understand it, you would be in a strong position to cause the industry to do that. Would you do that? Would you pursue that within your organization?

Mr. Nadeau: I would be willing. I cannot, of course, this morning speak on behalf of all of them because we are a democratic organization and any major decision has always to be put up front and discussed with our members, like our decision to come here this morning and present our views.

What I am saying, Mr. Scott, is that we're willing to sit down with the government and look at any potential ways we can help to do our share, because we take our responsibility as responsible citizens. Any effort and any work that could be coordinated with the government and the partners in the industry, we're willing to sit down and discuss that and look at what is going to be the most useful.

Mr. Scott: Thank you very much. I look forward to seeing the signs.

The Chairman: I have two other questioners. First is Bonnie Brown. Welcome, Bonnie. She's here substituting for a regular member of the committee.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you, Mr. Chairman. Thank you, gentlemen, for coming.

Mr. Nadeau: You'd best speak up. I have some hearing impairment and I'll have difficulty hearing you.

Ms Brown: I am interested in your presentation because your business is not solely dependent on tobacco but rather a wide variety of products. What percentage of your business or of your members' business is tobacco-related? Do you have any figures on that?

M. Scott: Mais je ne peux vraiment...

M. Fafard: Si ces affiches de plastique leur appartiennent, ce qui est effectivement le cas, c'est pour montrer un produit que la loi nous permet d'afficher dans les magasins. La loi nous impose des restrictions que nous respectons.

M. Scott: Je comprends.

M. Fafard: Quelle que soit la loi, nous la respectons.

M. Scott: Vous avez dit que les avertissements sur les paquets de cigarettes n'allait pas assez loin. Vous aimerez qu'on insiste davantage. J'essaie de voir ce que nous pourrions faire pour diminuer la consommation. Vous nous avez donné une occasion...

M. Nadeau: Par exemple, nous pourrions diffuser par nos circulaires des avertissements de nature générale ou des messages d'éducation. Par exemple, je parle toujours de la campagne contre la consommation de boissons alcoolisées chez les femmes enceintes, de la modération et des situations d'alcool au volant. Selon moi, ce sont de tels messages généraux qui sensibilisent le plus à long terme notre jeunesse au danger du tabagisme.

M. Scott: C'est un objectif louable, mais vous êtes en position de force dans l'industrie, car elle utilise vos magasins pour placer ses affiches. Vous seriez très bien placés pour l'obliger à y inclure ce genre d'avertissement. Même si l'industrie n'y est pas tenue actuellement par la loi, vous seriez très bien placés pour l'y obliger. Le feriez-vous? Votre organisme s'engagerait-il dans cette voie?

M. Nadeau: Je suis prêt à le faire. Bien entendu, je ne peux parler au nom de tous les autres parce que nous sommes un organisme démocratique et que toute décision d'importance doit être abordée avec nos membres, tout comme d'ailleurs l'a été la décision de témoigner ici ce matin.

Autrement dit, monsieur Scott, nous sommes disposés à examiner avec le gouvernement d'autres moyens que nous pourrions prendre pour contribuer à cet objectif, parce que nous sommes des citoyens responsables. Nous serions donc prêts à travailler avec le gouvernement et l'industrie pour discuter de cela et des mesures les plus utiles.

M. Scott: Merci beaucoup. J'ai bien hâte de voir les affiches.

Le président: Deux autres personnes veulent poser des questions. Il y a d'abord Bonnie Brown. Bienvenue, Bonnie. Elle remplace ce matin un des membres du comité.

Mme Brown (Oakville—Milton): Merci, monsieur le président. Merci, messieurs, de vous être déplacés.

M. Nadeau: Pourriez-vous parler un peu plus fort? J'ai une déficience auditive.

Mme Brown: Votre exposé m'intéresse, car votre entreprise ne dépend pas uniquement de l'industrie du tabac, mais d'une grande diversité de produits. Quel pourcentage de votre chiffre d'affaires ou de celui de vos membres découle de l'industrie du tabac? Avez-vous des chiffres?

[Text]

[Translation]

Mr. Nadeau: It does vary from the type of business we're doing. For instance, we represent some small wholesalers that specialize in what we call tobacco and confectionery products. For those distributors, the sales of tobacco products could represent anywhere from 30% to 40%, sometimes even higher. Michel will correct me if I'm wrong. For some larger members, like the corporate chains and the big wholesalers, cigarettes are less than 10%, only a couple of percent.

Ms Brown: Thank you. I think that puts you in a particularly interesting position, because you aren't just considering tobacco as a single issue, but foodstuffs and all the other things that have to do with people's health. I also would like to thank you because it seems to me that in about eight points you have summarized several other witnesses' presentations and you did it very succinctly.

• 1055

The important thing, Mr. Chairman, about this presentation is that just slightly and in two areas they have touched on the basic questions of governance, not just on this issue but also on questions we face every day. That is, how far government regulation can go and still retain the consent of the governed.

It's obvious to all of us who lived through the last few months that the levels of tobacco taxation have gone over that barrier. Of course, the result was the criminal activity, the violence. But the most important result, and I think my fellow teacher over there will agree with me on this, was the attraction of new people who had never broken the law in their lives into becoming law-breakers.

Mr. Nadeau: That's right.

Ms Brown: In your last point and in another point halfway down the second page, you touch on that. When does it appear we are interfering unnecessarily or are we trying to change things people don't want to see changed without serious, important and perhaps scientifically proven reasons to do so?

I thank you for raising those questions in our minds. It's essential for us to decide the question the chairman put before us clearly this morning. We must also weigh it in terms of what is acceptable to Canadians, how much disruption is worth achieving a goal, and whether we are sure our action will achieve the goal. That is, whether there is any proof.

Mr. Nadeau: That's right.

Ms Brown: It seems to me your presentation is excellent in addressing many questions, some subtle, some obvious. I thank you.

Mrs. Ur: I have a quick question. I thank you too for your presentation. I will reflect on the fact I believe companies have to pay for shelf space to display within your convenience stores. I believe there is a charge. Should plain packaging come in, is your real concern this may be detrimental to profits within your convenience stores?

Mr. Nadeau: No. We see it as a general marketing principle. My background is in marketing. I've worked with multinational corporations like Carnation. A basic principle in marketing—and you can also call that de-marketing—is you

M. Nadeau: Tout dépend de nos activités. Par exemple, nous représentons de petits distributeurs qui se spécialisent dans les produits du tabac et de la confiserie. Dans leur cas, les ventes de produits du tabac pourraient représenter de 30 à 40 p. 100, voire plus. Michel me corrigera si je fais erreur. Pour certains membres, comme les chaînes et les gros distributeurs, les ventes de cigarettes représentent moins de 10 p. 100, seulement 2 p. 100.

Mme Brown: Merci. Cela vous place dans une situation intéressante, car ce n'est pas seulement le tabac qui vous préoccupe, mais aussi les denrées alimentaires et tous les autres produits qui se rapportent à la santé des gens. Je veux aussi vous remercier, car vous avez résumé en huit points environ plusieurs autres mémoires.

Ce qui me paraît important dans cet exposé, monsieur le président, c'est qu'on y effleure, à deux reprises, les questions fondamentales de saine gestion des affaires publiques, pas seulement dans ce cas-ci, mais aussi à propos de questions qui se posent tous les jours: jusqu'où l'État peut-il réglementer sans perdre le consentement des gouvernés?

Il est clair, d'après ce qui s'est passé ces derniers mois, que les taxes sur le tabac ont dépassé cette borne. Il en est donc résulté des activités criminelles et de la violence. Mais le résultat le plus grave, et je crois que mon collègue enseignant là-bas sera d'accord avec moi, c'est qu'on a incité à la délinquance des gens qui n'avaient jamais enfreint la loi.

M. Nadeau: C'est exact.

Mme Brown: Vous en parlez dans votre dernier argument, ainsi qu'au milieu de la deuxième page de votre exposé. Quand donnons-nous l'impression d'intervenir sans raison ou d'essayer d'imposer des changements dont la population ne veut pas sans des motifs sérieux, importants, et peut-être même appuyés scientifiquement?

Je vous remercie de nous faire réfléchir à ces questions. Il est indispensable que nous répondions à la question que le président nous a posée clairement ce matin. Nous devons également nous demander ce qui est acceptable pour les Canadiens, jusqu'à quel niveau de perturbation la fin justifie la perturbation, et si nous sommes sûrs d'atteindre notre but. Autrement dit, a-t-on des preuves?

M. Nadeau: C'est exact.

Mme Brown: Je trouve que votre exposé a très bien réussi à évoquer de nombreuses questions, parfois subtilement, et parfois bien clairement. Je vous en remercie.

Mme Ur: J'ai une courte question à poser. Je vous remercie moi aussi de votre exposé. Je veux revenir au fait que les fabricants doivent, semble-t-il, payer les surfaces d'étagage qu'ils occupent dans vos dépanneurs. Je crois qu'ils ont des frais à payer. Si l'on impose l'emballage générique, craignez-vous vraiment des pertes de bénéfices chez vos dépanneurs?

M. Nadeau: Non. Nous y voyons un principe général de commercialisation. J'ai de l'expérience dans ce domaine. J'ai travaillé pour des multinationales comme Carnation. Un des principes fondamentaux de la commercialisation—que l'on peut

[Texte]

cannot sell or avoid selling a product the consumer doesn't want. You can make every effort in the world in spending the millions of dollars in packaging or whatever. But if the consumer doesn't want it, he won't buy it. The reverse is true as well.

I always use my children as a good sounding board. I have two teenagers at home, a girl of 15 and a boy of 17. I asked them if tomorrow all packaging is black and white, whether they are going to stop smoking. They laugh at me and say "Come on, it's not the colour that will stop me from smoking".

Basic marketing, fundamental law, dictates that if this same product now becomes available and becomes the same to everyone, they are going to buy it. But if you ask them, for instance, if there's a nice red package and another one that's dull, black and white, which one they would pick, of course everybody is going to say they like the red one better. But the day it's all available in the same manner for everyone, you are not accomplishing anything.

Mrs. Ur: With all due respect, when I reflect back to February of this year when processes changed regarding tobacco taxes, they didn't change because the packaging improved or was more colourful. It was cost. Here the cost effect is more beneficial than the packaging.

Mr. Fafard: To stop contraband was the cost. What stopped the contraband was the measures that were taken on February 8.

Mrs. Ur: That's right.

Mr. Fafard: That completely stopped contraband.

Mr. Nadeau: No matter which way we look at it, there are no frontiers any more. We're living in a global economy. Whatever repressive measures we want to take, people who make a clear choice to continue smoking in spite of all the warning signs we might put on a board or on the packaging or on television commercials or whatever are going to continue. They'll find alternate or parallel ways.

• 1100

There are always going to be people looking for ways to sidetrack the regulation and be there and make a buck out of it, whether it be to falsify plain packaging or the trademark, or import from another country what are going to look exactly the same as they buy right now.

Mrs. Ur: I guess my time is up.

The Chairman: I have just a quick question before we finish.

Mr. Nadeau, you suggested that plain packaging won't reduce smoking. You use the example of your son and your daughter. Do I construe from your comments that you're neutral on the issue of plain packaging because it obviously wouldn't affect your sales? According to your thesis, it wouldn't affect your sales because it won't reduce smoking.

Mr. Nadeau: I'm sorry, I didn't get the first part. It will not affect our sales... .

The Chairman: You have said that plain packaging won't reduce the consumption of tobacco products. Did I understand you correctly?

[Traduction]

aussi qualifier de dé-commercialisation — est qu'on ne peut vendre ni éviter de vendre un produit dont le consommateur ne veut pas. On a beau s'évertuer et dépenser des millions de dollars en emballage ou autrement, si le consommateur n'en veut pas, il n'achète pas. L'inverse est tout aussi vrai.

Je me sers toujours de mes enfants comme groupe témoin. J'ai deux adolescents, une fille de 15 ans et un garçon de 17 ans. Je leur ai demandé s'ils arrêteraient de fumer si l'emballage de toutes les cigarettes devenait soudain noir et blanc. Ils m'ont ri au nez et m'ont dit: «Voyons, ce n'est pas la couleur qui nous empêchera de fumer».

Il y a une règle élémentaire en commercialisation: si le même produit devient disponible sous une forme identique pour tout le monde, les clients vont l'acheter. Mais si vous leur demandez, par exemple, quel paquet ils achèteraient s'ils avaient le choix entre un joli paquet rouge et un paquet sans intérêt, en noir et blanc, tous vont naturellement répondre qu'ils préfèrent le rouge. Mais si l'emballage est le même pour tout le monde, on n'a absolument rien accompli.

Mme Ur: En fin de compte, quand je repense aux changements apportés en février dernier aux taxes sur le tabac, ce n'est pas l'amélioration de l'emballage ni ses plus belles couleurs qui ont changé quoi que ce soit. C'est le coût. Dans ce cas, le coût est plus efficace que l'emballage.

M. Fafard: Le coût était de mettre fin à la contrebande. Ce qui a arrêté la contrebande, ce sont les mesures prises le 8 février.

Mme Ur: C'est exact.

M. Fafard: La contrebande s'est arrêtée net.

M. Nadeau: Peu importe où l'on regarde, il n'existe plus de frontières. Nous vivons au sein d'une économie planétaire. Quelles que soient les mesures répressives que l'on peut prendre, les gens qui choisissent délibérément de continuer à fumer continueront à le faire, malgré tous les avertissements que l'on peut lancer par des panneaux, sur l'emballage, dans des annonces télévisées ou autrement. Ils trouveront toujours le moyen de se satisfaire.

Il y a toujours des gens qui cherchent à contourner les règlements, qui sont à l'affût d'un coup d'argent à faire, qu'il s'agisse de falsifier l'emballage ou la marque, ou encore d'importer un produit qui a la même apparence que celui qu'ils achètent actuellement.

Mme Ur: Je pense que mon temps de parole est terminé.

Le président: Je veux poser une courte question avant d'en finir.

Monsieur Nadeau, vous avez indiqué que l'emballage générique ne réduira pas la consommation du tabac. Vous avez cité votre fils et votre fille comme exemple. Dois-je en déduire que la question de l'emballage générique vous laisse indifférent puisque cela n'aura manifestement aucun effet sur vos ventes? Vous semblez penser que vous ne perdrez pas de ventes parce que l'emballage générique ne réduira pas le tabagisme.

Mr. Nadeau: Excusez-moi je n'ai pas saisi le début. Cela n'aura pas d'influence sur nos ventes... .

Le président: Vous avez dit que l'emballage générique ne réduirait pas la consommation des produits du tabac. Est-ce que j'ai bien compris?

[Text]

Mr. Fafard: I believe what he was saying was that . . .

The Chairman: No, I know, I hear well too, Mr. Fafard. I want to make my point. I heard Mr. Nadeau use the example of his son and his daughter. What I construed from that was that plain packaging would not reduce tobacco consumption.

Mr. Nadeau: For them, no, basically. Of course, I'm using that as an anecdote. It is not a scientific study. What we want to hear is if there is scientific evidence.

The Chairman: My question is this: Do you believe that plain packaging will reduce smoking?

Mr. Nadeau: No.

The Chairman: Okay. Therefore my question is since it won't reduce smoking, I submit it will not reduce your sales, so are you neutral on the issue of plain packaging?

Mr. Nadeau: I'm not neutral. I believe that it should not be enforced because we're not taking the appropriate road to achieve what we're looking for. I think it's an inefficient way to do that.

Unless we can obtain scientific evidence, and that's one point we're making, at least let's wait until we get this study completed in December before making any conclusion. If in December we can prove that effectively black and white packaging will reduce consumption, I'll *tirer ma révérence, comme on dit*. But until then nothing is going to make me believe that it will do the job.

The Chairman: One other question. Is Loblaws one of your members?

Mr. Nadeau: Loblaws is one of our members.

The Chairman: What can you tell us briefly about their experience with plain packaging?

Mr. Nadeau: Are you referring to plain packaging, in terms of a commodity of grocery products?

The Chairman: Cigarettes.

Mr. Nadeau: Okay. I think here we're talking a different situation, Mr. Simmons, because in our grocery industry there are three levels of products or packaging that you will find.

There's what you call plain packaging, or in their jargon they call that generic or no-name products for basic commodities. Then you have what we call the national brands and we have also what we call the up-scale or premium private-label products. So you have a choice there. You've got three different categories of products for selling, let's say, tissue paper.

Then you will attract two different kinds of customers, those who want to have a product for the convenience and will get the cheapest product because a can of beans is a can beans in their minds and they don't see the differentiation, and you'll have a more sophisticated customer who really cares about buying the top-quality products. They'll buy the Decadent chocolate cookies of President's Choice that we find in Loblaws stores, because for them they're willing to pay the extra dollar to get that chocolate chip cookie.

[Translation]

M. Fafard: Je crois qu'il disait que . . .

Le président: Non, je sais, j'ai l'ouïe fine moi aussi, monsieur Fafard. Je veux préciser mon point de vue. J'ai entendu M. Nadeau utiliser l'exemple de son fils et de sa fille. J'en ai déduit que l'emballage générique ne réduirait pas le tabagisme.

M. Nadeau: Essentiellement, pas dans leur cas. Naturellement ce n'est qu'un exemple. Ce n'est pas un argument scientifique. Ce que nous attendons, ce sont des preuves scientifiques.

Le président: Ma question est la suivante: Croyez-vous que l'emballage générique réduira le tabagisme?

M. Nadeau: Non

Le président: C'est bon. J'en conclus donc que si cela ne réduit pas le tabagisme, vos ventes n'en souffriront pas et que, par conséquent, vous n'êtes ni pour ni contre l'emballage générique.

M. Nadeau: Je ne suis pas indifférent. Je crois que nous ne devrions pas adopter cette formule parce qu'elle ne constitue pas la bonne façon de parvenir à nos objectifs. Je pense que cette solution est inefficace.

À moins d'avoir des preuves scientifiques, et c'est justement ce que nous soulignons, attendons au moins la fin de l'étude en décembre avant d'en venir à une conclusion quelconque. Si l'on peut prouver en décembre que l'emballage en noir et blanc réduira effectivement la consommation, je tirerai ma révérence, comme on dit. Mais en attendant, rien ne me fera croire à l'efficacité de ce procédé.

Le président: J'ai une autre question. Est-ce que Loblaws est un de vos membres?

M. Nadeau: Loblaws est en effet un de nos membres.

Le président: Que pouvez-vous nous dire brièvement de leur expérience de l'emballage générique?

M. Nadeau: Parlez-vous de l'emballage générique à propos de certains articles d'alimentation?

Le président: À propos des cigarettes.

M. Nadeau: Bon. Je pense que nous parlons d'autre chose, monsieur Simmons, parce que dans l'industrie de l'alimentation, vous constaterez qu'il existe trois niveaux de produits ou d'emballage.

Il y a ce que vous appelez l'emballage générique, ou encore sans marque pour des articles de base. Il y a ce que nous appelons les marques nationales et enfin ce que nous appelons les produits haut de gamme ou à étiquette privée de prestige. Vous avez donc le choix. Il y a trois catégories de mouchoirs en papier, par exemple.

Vous attirez alors deux sortes de clients: il y a ceux qui achètent un produit pour ce qu'il est et qui prennent le moins cher parce qu'ils considèrent qu'une boîte de fèves, c'est une boîte de fèves et qu'ils ne voient pas de différence. Il y a ensuite les clients plus exigeants qui tiennent vraiment à acheter des produits de la meilleure qualité. Ils achètent les biscuits au chocolat Decadent, Choix du président, que l'on trouve dans les magasins Loblaws, parce qu'ils sont prêts à payer un dollar de plus pour obtenir cette marque de biscuits au chocolat.

[Texte]

So you have the alternatives, which in my view is a quite different situation from where we make a situation equal for everyone.

The Chairman: Thank you. We're out of time.

[Traduction]

Vous avez donc des choix, ce qui est très différent de la situation où l'emballage est rigoureusement le même pour tout le monde.

Le président: Merci. Nous avons épuisé le temps disponible.

• 1105

We welcome our next group of witnesses, Physicians for a Smoke-Free Canada. Who is the boss? Catherine Rudick, would you introduce your colleague and proceed.

Ms Catherine A. Rudick (Executive Director, Physicians for a Smoke-Free Canada): I would like to introduce Dr. Andrew Pipe. Dr. Pipe is an assistant professor with the University of Ottawa Department of Family Medicine and is with the division of cardiac surgery at the University of Ottawa Heart Institute. He was also the chief medical officer for the Canadian Olympic team in Barcelona in 1992. He's the medical director of the smoking cessation clinic at the University of Ottawa Heart Institute. He is the past chairman of Physicians for a Smoke-Free Canada, a member of the Premier's Council on Health Strategy for the Province of Ontario, and he is currently preparing a chapter on tobacco control strategies for a textbook on the prevention of cardiovascular disease.

Physicians for a Smoke-Free Canada is a national organization of more than 1,400 physicians who have joined forces to provide leadership for the medical profession in efforts to combat the epidemic of tobacco-caused diseases. We were established in 1985 and we're a unique organization of Canadian physicians because we only deal with the number one cause of preventable disease and death in Canada—tobacco.

I'll turn it over now to Dr. Pipe.

Dr. Andrew Pipe (Physicians for a Smoke-Free Canada): I don't want to take up much of your time. I believe probably the most creative use of that time would be to respond to some of the concerns and questions you might have. But I do wish to talk to you about two or three important elements of this very significant debate.

First of all, I think there's a general misconception among many non-health professionals as to what constitutes health promotion and disease prevention. But unfortunately to constantly enthuse about the importance of education is to miss some major fundamental points about what constitutes successful health promotion. Successful health promotion involves and is embodied in the creation of a social environment in which healthy choices become the easy choices and education is necessary but never sufficient.

• 1110

Secondly, I want to speak to you about evidence. As a clinical scientist, I have a particular fascination with and indeed a professional commitment to appropriate scientific evidence, but I think it's also important to understand that there are times and situations in which evidence cannot be supplied.

Nous accueillons maintenant nos témoins suivants, Médecins pour un Canada sans fumée. Qui est le chef? Catherine Rudick, veuillez présenter vos collègues et commencer.

Mme Catherine A. Rudick (directrice, Médecins pour un Canada sans fumée): Je vous présente le Dr Andrew Pipe, professeur adjoint à la Faculté de médecine familiale de l'Université d'Ottawa. Il travaille aussi à la division de la chirurgie cardiaque à l'Institut cardiologique de l'Université d'Ottawa. Il a également dirigé l'équipe des médecins de la délégation d'athlètes canadiens aux Jeux olympiques de Barcelone en 1992. Il est directeur médical de la Clinique du Programme d'abandon du tabac à l'Institut de cardiologie de l'Université d'Ottawa. Il est président sortant de Médecins pour un Canada sans fumée, membre du Conseil du premier ministre sur la stratégie en matière de santé pour la province de l'Ontario, et il prépare actuellement un chapitre sur les stratégies de contrôle du tabagisme pour un manuel traitant de la prévention des maladies cardiovasculaires.

Médecins pour un Canada sans fumée est une organisation nationale regroupant plus de 1 400 médecins qui se sont unis pour inciter la profession médicale à combattre l'épidémie des maladies causées par le tabac. L'organisation existe depuis 1985 et est unique en son genre en ce qu'elle ne traite que de la cause primordiale des maladies et décès évitables au Canada—le tabac.

Je donne maintenant la parole au Dr Pipe.

Dr Andrew Pipe (Médecins pour un Canada sans fumée): Mon intervention sera courte. Je crois que la façon la plus valable d'utiliser le temps à notre disposition est que je réponde à certaines des questions qui peuvent vous préoccuper. Je souhaite cependant vous dire quelques mots de deux ou trois éléments importants dans ce débat de grande portée.

Premièrement, parmi de nombreux professionnels hors du domaine de la santé, on a en général une idée fausse de la promotion de la santé et de la prévention des maladies. Mais quand on s'hypnotise sur les vertus de l'éducation, on passe malheureusement à côté d'aspects fondamentaux d'une promotion réussie de la santé. Pour réussir la promotion de la santé, il faut créer un milieu social où les choix sains deviennent les choix faciles; l'éducation est nécessaire, mais elle ne suffit jamais.

Deuxièmement, je veux vous parler des preuves. Pour un scientifique clinicien comme moi, les preuves scientifiques comportent une fascination particulière qui fait d'ailleurs aussi partie de mon devoir professionnel, mais il est essentiel de comprendre également qu'il existe des circonstances où il est impossible de fournir des preuves.

[Text]

I look around this room and I would say that at least 50% of the people in this room, probably at this point, have manifestations of coronary artery disease. That may be known to some of you.

I also know that if any of you came to see me, in my professional capacity, I would say to you that with the risk factors that may or may not be present in your individual situations, it might make a great deal of sense for you take a single, daily dose of aspirin. If you asked me for the evidence to support that move—in my view a very important clinical decision—I would have to, regrettably, say that the evidence does not as yet exist, but rather that I was making my decision in an informed way, influenced by what I knew about other practices, about other studies, and about other research.

Similarly, when your colleagues, 50 years ago, introduced legislation to mandate the pasteurization of milk, I doubt that there was the same concerted effort to secure evidence as to the efficacy of that particular decision. Ladies and gentlemen, the only similarity would have been that the members of the industry you sought to regulate 50 years ago, like their counterparts in 1994, would have been here extolling the virtues of education and denying the particular effectiveness of this single health-promotion strategy.

I'm also here with no self-interest. I'm not paid \$25 or \$50 a month for every eight feet of shelf space that I would give to a particular brand of cigarettes. I'm not paid a product display allowance to put in my stores huge signs that don't carry health warnings. I'm not here to act as an apologist for the tobacco industry. The tobacco industry sells lots of tobacco, but it's also the single biggest dealer of deception, duplicity, and double-talk. And the tobacco industry and its friends, who have appeared before you, continue to try to make the case that none of the strategies outlined will be effective.

I think I could do nothing more useful in my presentation to you here this morning, ladies and gentlemen, than to echo the words of Mr. Nadeau, a few moments ago: if you have a plain, black and white package, he said, so much will be sold; but if you have a beautiful red package, he admitted, that's the answer to a marketing man's dream.

I find it incredibly difficult to believe that marketeers, who make immense amounts of money designing packages and securing for them appropriate places on shelves, would have the gumption to appear before you and say that package design, package colour, and package labelling have no effect on marketing or consumption.

We live in a consumer society, where our impulses to purchase are triggered by a variety of forces, not the least of which is the attractiveness of the product that we may be in a position to consider purchasing.

The most important reason why I think tobacco products should be sold in plain packages is that it will eliminate that duplicitous link that currently exists between package design and sponsorship, thereby circumventing the rules and regulations designed to eliminate tobacco advertising in our society.

[Translation]

Rien que dans cette salle, je peux dire qu'au moins 50 p. 100 des personnes présentes ont probablement, à ce jour, des symptômes de maladie coronarienne. Certains d'entre vous le savent peut-être.

Je sais également que si vous veniez me consulter, comme médecin, je dirais qu'en raison des facteurs de risque présents ou non dans votre cas particulier, il pourrait être très judicieux de prendre un comprimé d'aspirine par jour. Si vous me demandiez de justifier ce conseil, qui constitue pour moi une décision clinique très importante, je devrais reconnaître, à mon grand regret, qu'il n'existe pas encore de preuve scientifique à ce propos mais que je prends cette décision à bon escient, en raison de ce que je connais au sujet d'autres pratiques, d'autres études et d'autres recherches.

Dans le même ordre d'idées, quand vos collègues ont présenté, il y a une cinquantaine d'années, une loi imposant la pasteurisation du lait, je doute qu'on ait alors déployé le même effort concerté pour obtenir la preuve de l'efficacité de cette décision. La seule similitude entre les deux situations, mesdames et messieurs, est que les représentants de l'industrie que vous vouliez réglementer il y a 50 ans, comme leurs homologues en 1994, seraient venus ici faire valoir les vertus de l'éducation et contester l'efficacité particulière de cette simple stratégie de promotion de la santé.

Je viens également ici sans intérêt personnel. On ne me paie pas 25 ou 50\$ par mois par tranche de huit pieds d'étagère que je réserverais à une marque de cigarettes en particulier. On ne me paie aucun boni d'étalage pour installer dans mes magasins de grandes pancartes ne comportant pas d'avertissements sur la santé. Je ne suis pas ici pour faire l'apologie de l'industrie du tabac. L'industrie du tabac vend beaucoup de tabac, mais elle est aussi la plus grande vendeuse de duperie, de duplicité et de propos trompeurs. En outre, l'industrie du tabac et ses amis, qui ont comparu devant vous, continuent à tenter de prouver qu'aucune des mesures proposées ne sera efficace.

Ce que je peux faire de plus utile ici ce matin, mesdames et messieurs, c'est vous rappeler les propos de M. Nadeau, il y a quelques instants: selon lui, si vous avez un emballage banal, en noir et blanc, il en vendra une certaine quantité; mais si vous avez un emballage d'un rouge attrayant, il a reconnu que cela comblait les voeux du spécialiste en commercialisation.

Je trouve très difficile de croire que les spécialistes de la commercialisation, qui gagnent des sommes considérables à concevoir des emballages et à obtenir les meilleures places sur les étagères, auraient la naïveté de venir vous dire que le modèle d'un emballage, sa couleur, son étiquetage n'ont aucun effet sur les ventes ou la consommation.

Nous vivons dans une société de consommation où l'impulsion d'acheter est déclenchée par diverses forces, dont la moindre n'est certes pas l'attrait de la présentation d'un produit que nous envisageons peut-être d'acheter.

Si j'estime qu'il faudrait vendre les produits du tabac en emballages banalisés, c'est d'abord et avant tout parce que cela éliminera le lien mensonger actuel entre le modèle de l'emballage et la commandite, qui permet de contourner la réglementation visant à supprimer la publicité des produits du tabac dans notre société.

[Texte]

I put it to you, ladies and gentlemen, that if I were here saying to you this morning that we know what the single leading cause of breast cancer is in this society, none of you would be asking for evidence that controlling, regulating, and putting under some effective legislation that particular product were necessary. Yet the reality is that in four at least and soon to be five or six provinces in this country, lung cancer kills more Canadian women now than does breast cancer, simply because the industry, several years ago, with its characteristic malevolence, decided it would target women and children as potential customers and consumers.

As a physician, I'm constantly assaulted—perhaps a poor choice of word—constantly beseeched to practise more preventive medicine and more health promotion. A great German pathologist by the name of Virchow once said, at the turn of the century, that there are two causes of disease: one is biological or pathological and the other is political. Some of the decisions that can be made politically will have a far more profound effect upon the health, particularly of young Canadians, than anything that I can do in a lifetime in the operating room or in my clinics.

• 1115

We know from studies our organization has carried out in Nova Scotia that most young people view tobacco sponsorship as tobacco advertising. A significant proportion of the youngsters, when questioned, say that Player's Racing Limited is not Player's racing; it's Player's cigarettes. Any clever attempt to hide the racing...you probably can't even read the racing on this particular item of tobacco paraphernalia, but it's very subtly and very significantly and very scientifically coordinated with the package and the colours of the package design of this, the most lethal product we sell in our society.

In my concluding remarks I want to emphasize that I very strongly believe what one of the members of your committee said a few moments ago, that we have a responsibility in terms of governance to make sure that the governed are accepting of that which we seek to enforce through legislation or regulation. You may not be aware that a 1992 national poll revealed that 64% of Canadians, including 63% of smokers, supported requiring that tobacco be sold in plain packages with only the brand name and health warning on the pack. A 1992 Environics survey in Ontario demonstrated exactly the same thing.

When we talk about education on smoking, one of the most powerful educational tools we would have available would be a plain cigarette package, a plain cigarette package such as this: a plain cigarette package that languished on the shelves of a major Canadian supermarket chain, demonstrating again the important role that plain packaging can have in deterring consumption, particularly amongst young Canadians.

I understand probably more than you do, because of my work with tobacco addiction, the tenacious nature of this addiction, and I understand that it would be wholly inappropriate to ban this product in this country. I am very

[Traduction]

Si je vous déclarais ici ce matin, mesdames et messieurs, que nous connaissons la seule cause du cancer du sein dans notre société, je suis convaincu qu'aucun d'entre vous ne demanderait la preuve qu'il est nécessaire de contrôler, de réglementer et de soumettre ce produit à une législation efficace. Toutefois, il est indéniable que dans au moins quatre et bientôt cinq ou six provinces, le cancer du poumon tue maintenant plus de femmes canadiennes que le cancer du sein, simplement parce que l'industrie, il y a quelques années, avec la malice qui la caractérise, a décidé de viser les femmes et les enfants comme clients et consommateurs éventuels.

Comme médecin, on me harcèle—ou plutôt, devrais-je dire—on me supplie constamment de pratiquer davantage la médecine préventive et de faire plus de promotion de la santé. Un grand pathologiste allemand du nom de Wurtele aurait déclaré au début du siècle que la maladie a deux grandes causes: l'une est biologique ou pathologique, tandis que l'autre est politique. Certaines décisions prises au niveau politique auront des répercussions plus profondes sur la santé, surtout celle des jeunes Canadiens, que tout ce que je peux faire, ma vie durant, dans les salles d'opération ou dans mes cliniques.

Des études effectuées par notre organisation en Nouvelle-Écosse nous ont appris que la plupart des jeunes considèrent la commandite d'une marque de tabac comme de la publicité pour le tabac. Un nombre impressionnant de ces jeunes, quand on les interroge, disent que Player's Racing Limited n'est pas Player's Racing, c'est simplement les cigarettes Players. Toute tentative habile de cacher l'élément de course... on ne peut probablement pas lire le mot course sur cet attirail particulier de publicité tabagiste, mais c'est un exemple très subtil, très significatif et très scientifique de coordination de l'emballage et de ses couleurs pour mettre en valeur le produit le plus mortel que nous vendons dans notre société.

En terminant, je souligne que je suis entièrement convaincu de ce qu'un membre de votre comité a dit tout à l'heure, c'est-à-dire que nous devons, pour la saine gestion des affaires publiques, veiller à ce que les gouvernés acceptent ce que nous essayons de faire respecter par mesure législative ou réglement. Vous ne savez peut-être pas qu'en 1992, un sondage national a révélé que 64 p. 100 des Canadiens, y compris 63 p. 100 des fumeurs, étaient en faveur de l'idée de vendre le tabac en emballages banalisés ne portant que la marque et l'avertissement de risque pour la santé. En 1992, un sondage Environics en Ontario a donné exactement le même résultat.

Quand on parle d'éducation sur le tabagisme, un des instruments les plus puissants à cet égard serait le paquet de cigarettes banalisé, tout simple, comme celui-ci: ce paquet de cigarettes générique a traîné sur les étagères d'une grande chaîne canadienne de supermarchés, ce qui prouve encore le rôle important qu'un emballage banalisé peut jouer pour dissuader le consommateur, surtout chez les jeunes Canadiens.

Je comprends probablement mieux que vous, parce que je m'occupe de cas d'accoutumance au tabac, la nature tenace de cette habitude, et je comprends qu'il serait parfaitement erroné d'interdire ce produit au Canada. Je m'inquiète au plus haut

[Text]

[Translation]

concerned about the young children who are molested every day in this country by the tobacco industry and by their agents, who in a manner that is as unconscionable as it is uncharacteristic of what Canadians think in general seek to increase their sales, seek to enslave through addiction young Canadians, and do so by all manner of surreptitious means that seek to link the colour schemes of their packages with the images associated with risk-taking behaviour, in the case auto sports; slimness, thinness and fashion, in the case of the Matinée Fashion Foundation, appealing to young males and young females alike.

You have tremendous responsibility and you have a very important decision ahead of you. I don't think you will find the evidence you seek. I don't think you should seek that evidence. I think you should apply what most Canadians would hope you would apply: common sense, an understanding of the dimensions of the health issue represented by this problem, and the ability to uphold your responsibility to safeguard the public's health.

Thank you very much, Mr. Chairman.

The Chairman: I have two interveners, Mr. de Savoye and Mr. Scott.

M. de Savoye: Monsieur Pipe, je suis très sensible aux propos que vous tenez en matière de santé. Je le répète: Vous parlez à un converti. Avant de vous poser une question, j'aimerais mettre quelque chose au point. Je lisais dans le document que vous nous avez remis:

The number of Canadians who will die from the rollback of tobacco taxes will be greater than the number who were killed in all the wars Canada has ever fought.

Je ne mettrai pas en doute cette affirmation, mais je vais la mettre en contexte. Le nombre de Québécois qui auront la vie sauve parce que les taxes ont été abaissées et parce que la contrebande a été arrêtée est également très important. Leur vie mérite aussi beaucoup de considération.

Cela dit, monsieur Pipe, je sais que certains médecins, pour ne pas dire la plupart, malgré le fait qu'ils identifient des problèmes d'asthme chez des enfants, ne recommandent pas ou n'imposent pas aux parents d'arrêter de fumer à la maison. Je connais personnellement des gens qui sont dans cette situation.

Je regarde la question de l'emballage banalisé par rapport à d'autres mesures que les médecins pourraient prendre et je me demande si vous avez fait un pas dans cette autre direction. Qu'est-ce qui serait le plus efficace pour réduire les cas de mortalité et de cancer du poumon?

• 1120

Dr Pipe: Permettez-moi de répondre à votre question en anglais.

Thank you for your question. I think it demonstrates the startling lack of familiarity with the tenacity of tobacco addiction that you would assume that simply by emphasizing to a parent their responsibility to stop smoking, somehow you can compel them to stop smoking in their home environment. I think your point is a good one, because as physicians for too long we laboured under the misconception that people who smoked were really people of limited moral fibre; they didn't have sufficient willpower, and so on and so forth. This is a very profound addiction.

point de tous ces jeunes Canadiens dont abusent quotidiennement l'industrie du tabac et ses agents qui, par des moyens inadmissibles dans l'esprit de la plupart des Canadiens, cherchent à augmenter leurs ventes et à asservir les jeunes Canadiens par l'accoutumance: ils y réussissent par des moyens sournois qui visent à relier les jeux de couleurs de leurs emballages à des images de comportement à risques, comme les sports automobiles, à des images de minceur, de grâce et d'élégance, dans le cas de la Fondation de mode Matinée, pour séduire les jeunes des deux sexes.

Vous avez une lourde responsabilité et une décision très importante à prendre. Je ne pense pas que vous obtiendrez les preuves que vous recherchez. Je ne pense pas que vous deviez chercher des preuves. Vous devriez recourir à ce que la plupart des Canadiens attendent de vous: le bon sens, une compréhension de l'ampleur des risques pour la santé que représente ce problème, et le courage d'assumer votre responsabilité à l'égard de la protection de la santé publique.

Merci beaucoup, monsieur le président.

Le président: Deux personnes veulent vous interroger, M. de Savoye et M. Scott.

Mr. de Savoye: Dr. Pipe, I am very receptive to what you are saying concerning health. To repeat myself: you are preaching to the converted. Before asking my question, I would like to clarify one point. I read in the paper you submitted to us:

Le nombre de Canadiens appelés à mourir des suites de la réduction des taxes sur les produits du tabac sera supérieur au nombre des victimes de toutes les guerres auxquelles a participé le Canada à ce jour.

Without casting a doubt upon this statement, I want to put it in perspective. The number of Quebec citizens whose lives will be saved because taxes have been lowered and because smuggling has been stopped is also very high. These lives also deserve a lot of consideration.

This having been said, Dr. Pipe, I know that some doctors, if not all of them, even when they identify asthma problems in children, do not recommend or order parents to stop smoking at home. I know personally people who are in this situation.

Looking at the issue of plain packaging in comparison with other means which doctors could resort to, I am wondering if you have started using this other approach. What would be the most efficient approach to reduce this incidence of deaths and breast cancer?

Dr. Pipe: Please allow me to answer your question in English.

Je vous remercie de votre question. Elle prouve à quel point on connaît mal la ténacité de l'accoutumance au tabac si vous pensez qu'il suffit de bien faire comprendre aux parents qu'ils ont le devoir d'arrêter de fumer chez eux pour qu'ils se décident à le faire. Ce que vous dites me paraît intéressant parce que les médecins eux-mêmes ont trop longtemps entretenu le préjugé que les fumeurs sont des gens plutôt faibles, qu'ils n'ont pas assez de volonté et ainsi de suite. C'est en fait une accoutumance très enracinée.

[Texte]

Let me relate to you the story of a senior Canadian diplomat who has undergone two coronary bypass surgery procedures, who has had both his legs amputated just below the knee, and who, in a manner that can only be described as plaintive, said to me some time ago, "Doctor, will you look carefully at my chest X-ray, because I know that's where the tobacco is going to appear next". This is an intelligent, sensitive, well-motivated gentleman, who admits that he cannot deal with the addiction that is represented by addiction to tobacco. It is precisely that kind of situation that we must ensure—we, all of us, as responsible members of this society—does not befall the members of our younger generation.

Having said that, let me just quickly respond to the second part of your question: what is the single most effective way in which you can stop smoking and therefore stop the carnage that results from tobacco addiction? There is no single effective way, because it requires a multiplicity of factors. Price is a most important consideration; the elimination of advertising; the elimination of sponsorship; the regulation of sales to minors; municipal smoking bylaws—all of these things go to creating a social and physical environment in which smoking is increasingly seen as being socially unacceptable and an irresponsible course of behaviour. That is the so-called ecological approach to health promotion.

M. de Savoye: Monsieur Pipe, vous dites que la dépendance envers le tabac est un problème considérable et que des gens intelligents n'arrêtent pas de fumer parce que cette dépendance est incontournable. Or, on sait que le fumeur passif absorbe lui aussi de la nicotine. Je pense aux enfants qui deviennent intoxiqués à la maison. Si cette dépendance est incontournable, comment l'emballage banalisé pourra-t-il inciter les gens à décider de cesser de fumer?

Dr. Pipe: I'm not sure that plain packaging, sir, will bring addicted people to quit, and I'm perfectly prepared to concede that point. I am far more concerned that nothing about this product be represented as being attractive or desirable to Canadian young people. That is the entire reason the tobacco industry spends millions of dollars each year on marketing analysts devising subtle and sinister strategies to make these kinds of things attractive to children. They do so by pairing them with these kinds of things. They do so by making sure that our friends in the grocery distribution business are paid large sums of money to have these right in children's faces when they go to the cash register at the local convenience store. Let's understand the forces that are operating here. We're talking about a market of \$400 million annually, at least, in terms of children. We have to protect them.

The Chairman: We have to keep our questions and answers brief or else we're going to deprive some people. Mr. Scott and then Mrs. Ur.

Mr. Scott: I just wanted to thank you very much for the presentation. It was most interesting and helpful to me.

[Traduction]

Je vais vous raconter l'histoire d'un diplomate canadien haut placé qui a subi deux pontages coronariens, qui s'est fait amputer les deux jambes juste en-dessous du genou et qui, sur un ton qui n'était guère autre que plaintif, m'a dit il y a quelque temps: «Docteur, examinez donc soigneusement ma radiographie pulmonaire, car je sais que c'est là que le tabac va apparaître la prochaine fois». Cet homme intelligent, sensible, bien motivé, admet son impuissance devant ce qui constitue l'accoutumance au tabac. C'est exactement le genre de situation contre laquelle nous devons tous, en tant que membres responsables de notre société, absolument protéger les jeunes.

Et maintenant, pour répondre brièvement à la deuxième partie de votre question, c'est-à-dire quelle est la seule façon vraiment efficace de mettre fin au carnage causé par l'accoutumance au tabac? Il n'existe aucun moyen unique d'y parvenir, parce que cela dépend d'une multitude de facteurs. Le prix en est très important mais la suppression de la publicité, la suppression du parrainage, la réglementation de la vente aux mineurs, les règlements municipaux anti-tabac, tous ces éléments contribuent à créer un environnement social et physique où le fait de fumer est de plus en plus considéré comme socialement inacceptable et un comportement irresponsable. C'est ce qu'on appelle la démarche écologique pour la promotion de la santé.

Mr. de Savoye: Dr. Pipe, you are saying that tobacco addiction is a very serious problem and that intelligent people do not stop smoking because this addiction is impossible to overcome. On the other hand, it is known that the passive smoker does also inhale nicotine. I am thinking about children who become contaminated at home. If this addiction is impossible to overcome, how do you expect plain packaging to be able to prompt people to stop smoking?

Dr Pipe: Je ne suis pas sûr que l'emballage banalisé incite les fumeurs invétérés à s'arrêter, et je suis bien prêt à vous concéder ce point. Je souhaite beaucoup plus qu'aucun aspect de ce produit ne soit représenté comme attrayant ou désirable pour la jeunesse du Canada. C'est la grande raison pour laquelle l'industrie du tabac verse des millions de dollars par année à des analystes de marché qui élaborent des stratégies subtiles et sinistres pour rendre ces produits attrayants pour les enfants. Ils le font en associant le tabac à des notions attrayantes, en veillant à ce que nos amis détaillants de l'alimentation reçoivent beaucoup d'argent pour que les enfants aient ces produits sous le nez lorsqu'ils passent à la caisse du dépanneur. Il faut bien comprendre les forces qui sont en jeu ici. Les enfants représentent chaque année un marché d'au moins 400 millions de dollars. Il faut que nous les protégeons.

Le président: Il faut que nos questions et nos réponses restent brèves pour ne pas priver d'autres membres de leur droit de parole. Monsieur Scott, puis madame Ur.

Mr. Scott: Je voulais seulement vous remercier de votre exposé. Je l'ai trouvé très intéressant et très utile.

[Text]

Speaking personally now, there has been a 30-year decline in consumption. I think we all think that's a good thing and I think also there have to be incremental actions taken to sustain that downward line. I think it's not enough to say that it's happening and we don't have to do any more. This may in fact be the thing that is necessary to do right now.

On our part, to explain why what is so obvious to you seems less obvious to us, it's simply a matter of trying to identify any possible downside. I don't think you would even agree with me if I told you that probably cigarettes are more expensive in my constituency now than they were before we dropped the taxes, but the contraband cigarettes were so available that in reality the only way to bring the price up was to make them unavailable. So now, despite the fact that the taxes have gone down, the availability of those \$2.50 cigarettes is less.

[Translation]

Maintenant, à mon point de vue, on a constaté une baisse de la consommation depuis 30 ans. Nous considérons tous que c'est une bonne chose et qu'il serait bon de prendre d'autres mesures pour maintenir cette tendance à la baisse. Il ne suffit pas de constater le phénomène et de dire que nous n'avons plus rien à faire à ce sujet. Il se peut en réalité que ce soit justement la chose à faire dès maintenant.

De notre côté, pour expliquer pourquoi ce qui est si évident pour vous semble l'être moins pour nous, c'est probablement parce que nous essayons de voir les éventuels aspects négatifs. Vous ne serez sans doute pas d'accord avec moi si je vous dis que les cigarettes coûtent probablement plus cher dans ma circonscription maintenant qu'avant la baisse des taxes, mais les cigarettes de contrebande étaient si disponibles que la seule véritable façon d'en relever le prix était de les faire disparaître. Donc, même si les taxes ont baissé, il y a maintenant moins de ces cigarettes à 2,50\$.

• 1125

I'm sure that wouldn't have been something that you would have supported. In fact, I read that in your brief. So I think we have to consider all those options. Are there any ancillary things that we could do that would be a part of this package, without getting into the debate about price?

Dr. Pipe: I think the simplest and most straightforward way would be to put tobacco under the Hazardous Products Act. That piece of legislation allows you to eliminate and control all forms of advertising and promotion. Explosives are regulated under that act. Certain brands of baby bottle nipples—somebody decided the concentration of butyl nitrite or something was too high—are regulated, yet the leading killer in our society goes blissfully unregulated in that respect.

Mr. Chairman, the second thing I would do would be to eliminate all forms of tobacco sponsorship. This is advertising in drag—no pun intended—and we know that this is having a profound affect and influence on young people, who are very concerned about fashion. As an educator you understand that they are very concerned about expressing themselves as young adults.

Those would be the first two things to come to my mind. I thank you for that question.

Mrs. Ur: Thank you for your informative presentation. I was reading through your brief and I'd like to address one of the issues in your introduction—the availability and easy accessibility to children of cigarettes.

I think the present government has addressed that issue in recent legislation to retailers. I think that will be addressed capably by the new legislation... as to restrictions for the retailer with age and the level at which those cigarettes are presented.

In another portion of your presentation you say: "As for streams of evidence that plain packaging might be effective in reducing consumption, a substantial body of evidence exists". Could you expand on that?

Je suis sûr que cela n'est pas quelque chose que vous auriez approuvé. C'est ce que j'ai d'ailleurs lu dans votre mémoire. Je pense donc qu'il faut envisager toutes ces options. Existe-t-il des mesures auxiliaires que nous pourrions prendre, comme élément de cet ensemble, sans ouvrir un débat sur le prix?

Dr. Pipe: Je pense que la façon la plus simple et la plus directe serait de réglementer le tabac par la Loi sur les produits dangereux, qui permet de supprimer et de contrôler toutes les formes de publicité et de promotion. Les explosifs sont régis par cette loi. Certaines marques de tétines de biberon sont réglementées parce que quelqu'un a décidé qu'elles contenaient trop de nitrite butylique ou quelque chose du genre, alors que le produit le plus meurtrier de notre société se passe également de réglementation à cet égard.

Monsieur le président, la seconde mesure que je prendrais serait de supprimer toute forme de commandite par l'industrie du tabac. C'est de la publicité de racolage, tout jeu de mot mis à part, et nous savons qu'elle exerce une influence considérable et profonde sur les jeunes que la mode intéresse beaucoup. En tant qu'éducateur, vous comprenez sûrement qu'ils ont un grand besoin de s'affirmer comme jeunes adultes.

Voilà les deux premières mesures auxquelles je songerais. Je vous remercie de cette question.

Mme Ur: Je vous remercie de votre exposé très intéressant. J'ai parcouru votre mémoire et je reviens à ce que vous avez dit dans votre introduction, au sujet de la facilité d'accès aux cigarettes pour les enfants.

Le gouvernement actuel a réglé cette question par des mesures législatives récentes s'adressant aux détaillants. Je crois que la nouvelle législation sera efficace à cet égard... pour ne parler que des restrictions imposées au détaillant quant à l'âge des clients et à la hauteur à laquelle les cigarettes sont présentées.

Dans un autre passage de votre mémoire, vous écrivez: «Pour avoir la preuve que la banalisation permettrait réellement de réduire la consommation de cigarettes, on peut s'appuyer sur un argument de poids». Pouvez-vous nous donner plus de détails?

[Texte]

Dr. Pipe: When we say a substantial body of evidence exists, it comes with the limitations that I tried to address in my presentation—that one seeks evidence of a certain kind that is impossible to develop in today's context. It is not possible to conduct a double-blind etc., etc., randomly controlled trial of plain packaging versus orthodox packaging.

We know from real world evidence, the evidence of the marketplace, that this packaging is not attractive to consumers. These cigarettes are made by the same people who make other Canadian cigarettes. They represent a very significant cost saving, but people do not buy them.

We know that consumers identify very significantly with their particular brand of cigarette, in a way that many other consumers do not associate with virtually any other form of product. So our evidence at times is inferential. For the reasons that I've outlined, the kind of evidence that we all seek and desire just is not going to be available.

Mrs. Ur: I appreciate that plain packaging may change the brand loyalty or perception of the smoker who's out there to buy a particular brand, but that really won't influence consumption.

Dr. Pipe: Then you and I would disagree. I think it will definitely increase consumption as far as young smokers are concerned. I think the degree to which we make these products unattractive and more unavailable in the sense of tightening the regulations at the point of retail sale and so on—that will have a significant effect on child consumption, and I think that's an important step.

Mrs. Ur: But if a person doesn't want to smoke, it doesn't matter whether that wrapper is bright red or green or gold. In your heart you have to want to have that product. I'm a non-smoker and you can emboss it in gold and it's not going to make me go out and want to have that cigarette.

Dr. Pipe: Right now it's not, but I think all of us would like to deny that we are influenced by advertising. If you ask people if they're influenced by marketing or advertising, their response will be of course not, I don't respond to these things. Yet we all do.

I am an ex-smoker. I can tell you I started smoking at a very young age. This sailor was also an influence on my consumption, because young tough guys smoked this brand of cigarette and it looked pretty good tucked up in your T-shirt. So there is a powerful association with imagery and consumption on the part of young people.

The Chairman: I agree.

Mrs. Ur: I have one quick question. I'm right on time here today. I can't be convinced that going to plain packaging will instil in my mind and in the minds of other consumers that it is a more dangerous product and that I should leave it on the shelf when I'm a no-name-brand shopper. I don't look at that as being a dangerous product. I'm going cost-wise.

[Traduction]

Dr Pipe: Quand on dit que les preuves ne manquent pas, il ne faut pas perdre de vue les limites que j'ai évoquées dans mon exposé, c'est-à-dire que l'on recherche des preuves impossibles à produire dans le contexte actuel. Il n'est pas possible de recourir à des contrôles aléatoires systématiques des résultats de l'emballage banalisé par rapport à l'emballage orthodoxe.

Nous savons par simple observation de la réalité, par ce qui se passe sur le marché, que cet emballage n'attire pas les consommateurs. Ces cigarettes proviennent des mêmes fabricants que toutes les autres cigarettes canadiennes. Elles coûtent beaucoup moins cher, mais les gens ne les achètent pas.

Nous savons que les consommateurs s'identifient de façon très significative à leur marque particulière de cigarettes, dans une mesure que l'on ne trouve à peu près jamais dans le cas de la plupart des autres produits. Il arrive donc que nos preuves soient établies par déduction. Pour les raisons que j'ai exposées, il est absolument vain d'espérer trouver le genre de preuve que nous cherchons et souhaitons tous.

Mme Ur: Je comprends que l'emballage banalisé peut changer la fidélité envers une marque ou la perception du fumeur qui s'attache à une marque particulière, mais cela n'aura pas véritablement d'effet sur la consommation.

Dr Pipe: Dans ce cas, nous ne sommes pas d'accord. Je pense que cela va certainement augmenter la consommation chez les jeunes fumeurs. La mesure dans laquelle nous rendrons ces produits peu attrayants et moins disponibles en resserrant la réglementation chez le détaillant, etc., aura des effets importants sur la consommation chez les enfants, et je pense que c'est une mesure importante.

Mme Ur: Mais si quelqu'un ne veut pas fumer, peu lui importe que l'emballage soit rouge vif, vert ou doré. Il faut vraiment avoir un besoin profond de ce produit. Je ne fume pas, et quand bien même cette cigarette serait gainée d'or, je n'aurais pas plus envie de l'acheter.

Dr Pipe: Ce n'est pas le cas pour l'instant, mais je pense que nous aimions tous pouvoir nier que nous sommes influencés par la publicité. Quand vous demandez aux gens s'ils sont influencés par les promotions ou la publicité, ils répondent: «Bien sûr que non, je suis au-dessus de cela.» Or, nous sommes tous influencés.

• 1130

Je suis moi-même un ancien fumeur. Je peux avouer que j'ai commencé très jeune. Ce marin a aussi influencé ma consommation, parce que les jeunes durs-à-cuir fumaient cette marque de cigarettes, et qu'elles avaient bonne allure dans la pochette de ma chemise. Il existe donc un lien puissant entre ces images et la consommation chez les jeunes.

Le président: C'est bien vrai.

Mme Ur: Permettez-moi une brève question. Je suis juste à l'heure aujourd'hui. Je n'arrive pas à me convaincre que l'emballage banalisé va nous faire sentir, ni à moi ni à personne d'autre, qu'il s'agit d'un produit plus dangereux et que je devrais le laisser sur l'étagère, alors que j'achète habituellement des produits génériques. Je ne les considère pas comme des produits dangereux. C'est leur coût qui m'attire.

[Text]

[Translation]

Dr. Pipe: With all due respect, you are not the 13-year-old girl or the 14-year-old boy whose behaviour we expect to have some effect on.

Mrs. Ur: No, I'm not, unfortunately.

The Chairman: Not the boy.

Some hon. members: Oh, oh!

Dr Pipe: Sans vouloir vous offenser, vous n'êtes plus ni la jeune fille de 13 ans ni le garçon de 14 ans dont nous espérons influencer le comportement.

Mme Ur: Non, malheureusement.

Le président: Sûrement pas le garçon.

Des voix: Oh oh!

Dr Pipe: Comme adultes, nous prenons constamment, vous et moi, de telles décisions socratiques. Ce n'est pas le genre d'achat impulsif ou de comportement de découverte qui se produit chez l'adolescent qui commence à fumer. Le meilleur argument en faveur de l'emballage banalisé est le fait que tant de gens, qui gagnent tant d'argent à vendre les produits du tabac, sont ici pour vous dire que cela ne fonctionnera pas.

Le président: Docteur Pipe, dans votre exposé, vous avez exhorté le comité à mieux comprendre les effets du tabac sur la santé. Votre exposé m'a paru aussi clair que convaincant. Mais dites-vous bien que vous préchez à des convertis ici.

Dr Pipe: Je le comprends, en effet.

Le président: Si vous demandez à chacun des membres du comité son avis au sujet des conséquences du tabac sur la santé, vous verrez que nous sommes de votre avis. C'est pourquoi je veux insister sur la nature de notre mandat. C'est une tout autre question que nous devons approfondir.

Mon mauvais ange me pousse à poser la question suivante. N'ayant jamais fumé de marijuana, je me demande si la consommation a baissé lorsqu'elle s'est vendue en sacs de papier et non plus en sacs de plastique. Ce que j'essaie de dire, c'est que certains prétendent qu'en mettant les cigarettes sous emballage banalisé, on en fera le fruit défendu que les jeunes auront peut-être encore plus envie de fumer. Est-ce une possibilité?

Dr Pipe: Je ne le vois pas ainsi. Nous modifions l'apparence extérieure et l'attrait visuel du produit, en plus des changements apportés à la réglementation portant sur la vente aux mineurs, etc. Ce produit restera disponible. Il est impossible d'interdire la vente d'un produit auquel plus de 30 p. 100 de la population est asservie. À mon grand regret, monsieur le président, je ne suis pas d'accord avec cette façon de voir les choses. Je ne prévois vraiment pas de problème de ce genre.

Le président: Je ne dis pas que j'accepte ou que je rejette cette idée. Nous posons toutes ces questions ici pour bien comprendre votre point de vue.

Mme Rudick: J'ai quelque chose à ajouter. Si l'industrie du tabac pensait qu'un emballage générique pouvait être populaire auprès d'un secteur particulier du marché, il est probable que cet emballage existerait maintenant puisque la raison d'être de l'industrie est de gagner de l'argent en vendant des cigarettes. Il est clair que cet emballage n'a pas eu de succès. C'est pourquoi je soutiens que si elle pensait vraiment que l'emballage banalisé augmenterait la consommation dans certains secteurs du marché, l'industrie le ferait déjà de sa propre initiative et ne serait pas ici pour tenter si vigoureusement d'en empêcher l'adoption.

Le président: Je remercie nos deux témoins.

The Chairman: Thank you to our current witnesses.

[Texte]

We now turn to our last group of witnesses this morning, who are from the Ontario Convenience Stores Association.

[Traduction]

Nous passons maintenant à notre dernier groupe de témoins pour la matinée, les représentants de l'Ontario Convenience Stores Association.

• 1134

• 1137

The Chairman: We reconvene the meeting. Good morning. You're all alone too, by the look of it. No. All right. Whoever is in charge can start talking and tell me who's with you.

Mr. Russell Egerdie (Executive Director, Ontario Convenience Stores Association): Good morning, Mr. Chairman, members of the committee. My name is Russ Egerdie. I'm the executive director of the Ontario Convenience Store Association. With me today is Mr. Arnold Kimmel, who is a director of the association and has the Quickie stores here in the Ottawa area.

You instructed us very clearly earlier on, Mr. Chairman, to confine ourselves to the issue of plain packaging. You have our brief in front of you and I'll go by very quickly.

We're a not insignificant group of people. We're talking about 110,000 people across Canada in the convenience store business, all of whom are vitally concerned about making a living and making their stores profitable.

We talk a lot about how much we buy and sell, the source of taxes, federal revenue from personal income tax, UI and Canada Pension Plan dollars, and all of the GST that we collect. I would also add a fifth point here. There's not much corporate income tax represented by this group across Canada. The retail business, as you well know, is pretty marginal right across the country these days, and everybody's really scratching to make a livelihood.

The law of the land—very briefly we talk about enacting legislation that will make it illegal to sell tobacco products to minors and that will provide significant penalties. Our association and all of its stores are totally in agreement with that.

When we get to plain packaging, and let's jump right to the nub here, there are two groups that I think the plain packaging proposal intends to address. First of all, you have the adult part of the community, the adult smokers, and you have the minors, who presumably at this point are non-smokers. How will plain packaging assist in keeping them from becoming smokers?

First of all, there's no evidence that such packaging would produce this result. I think that's very, very clear. If we hark back to the days when we were teenagers—that's quite a job for me, but for the committee I don't think it's nearly as big a job—that first cigarette that you or I had, and I was a smoker back in those days, didn't come from buying it in a store or out of a big colourful package; it was probably handed to you by one of your peers, one single cigarette, or you got it from an older brother or sister or a buddy down the street, or perhaps you took it from your father or your mother's package of cigarettes that was lying around. You didn't buy a pack. The brand of product and the plain packaging is irrelevant for those first cigarettes, because they come about individually.

Le président: Nous reprenons nos travaux. Bonjour. Vous êtes seul aussi, à ce qu'il me semble. Non. Très bien. La parole est au chef de la délégation. Veuillez me dire qui vous accompagne.

M. Russell Egerdie (directeur exécutif, Ontario Convenience Stores Association): Bonjour, monsieur le président, membres du comité. Je m'appelle Russ Egerdie, directeur exécutif de l'Ontario Convenience Stores Association. Je vous présente M. Arnold Kimmel, un des administrateurs de notre association, qui tient les magasins Quickie dans la région d'Ottawa.

Conformément à vos instructions, monsieur le président, nous nous en tiendrons à la banalisation de l'emballage. Je vous ai déjà remis notre mémoire, que je parcourrai très rapidement.

Nous ne sommes pas un groupe d'importance négligeable. Environ 110 000 personnes au Canada oeuvrent dans le secteur des dépanneurs, et tout ce monde tient à bien gagner sa vie et à exploiter une entreprise rentable.

Nous examinons longuement la question du volume des achats et des ventes, de la provenance des recettes du gouvernement fédéral sous forme d'impôt sur le revenu des particuliers, d'assurance-chômage et de contributions au RPC, ainsi que de la TPS. Je précise que l'impôt sur le revenu des entreprises de ce groupe n'est guère important au Canada. Il est bien connu que le commerce de détail est plutôt marginal par les temps qui courent et que tout le monde gratté les fonds de tiroir afin de joindre les deux bouts.

Les lois du pays—nous abordons très brièvement l'adoption d'une loi interdisant la vente de produits du tabac aux mineurs et prévoyant des amendes importantes. Notre association et tous ses membres sont entièrement en faveur d'une telle loi.

Quant à la banalisation de l'emballage, deux groupes sont visés par ce projet: les adultes fumeurs et les mineurs, réputés non fumeurs. Comment la banalisation de l'emballage contribuera-t-elle à dissuader ces derniers de devenir des fumeurs?

Rien ne prouve qu'un emballage banalisé aura un tel résultat. C'est très clair. Si nous revenons en arrière, à notre adolescence—toute une côté à remonter pour moi, mais, pour les membres du comité, tout au plus une pente douce—la première cigarette que vous et moi avons fumée, et je fumais déjà à l'époque, n'est pas venue d'un paquet acheté dans un magasin ou d'un bel emballage multicolore. Cette première cigarette vous a probablement été offerte par un de vos amis, votre frère ainé ou votre grande soeur, ou encore, un copain de votre quartier. Peut-être l'avez-vous chipée dans le paquet que votre père ou votre mère a laissé traîner. Vous n'avez pas acheté un paquet de cigarettes. La marque et l'emballage sont sans importance, quand on fume sa première cigarette.

[Text]

The last point—the legislation prohibits the sale to minors. If it is prohibited to sell to minors, then why would plain packaging be necessary? I don't want to get into the fact of the legislation that becomes effective as far as the warning signs are concerned later this year. I would like at this point to quote from an article in *The Globe and Mail* by Ann Rauhala on April 18. Sometimes you read things and in reading them all of a sudden a little bell goes off in your mind, and you say that has the ring of truth to it. I think to you, and particularly to those of you who are in the teaching profession, perhaps this might ring a bell.

If I were to set out to sell something to a smart but intense teen-ager, here's what I'd do. I'd package it in a plain, almost elegant black-and-white wrapper. I'd make it seem exotic, dangerous and contraband by adding a few simple words. Words like, Death. Words like, This could kill you.

I'd make sure the teen-ager knew that teachers and parents seriously disapprove of this product and that acyress Winona Ryder uses it all the time.

Can anybody really believe that stark packaging will discourage smoking among people under 25? People who believe they are immortal? People who are bemused by their elders' pathetic fear of dying?

When it comes to tobacco, we seem to know more about how not to change people's behaviour than about how to alter it.

• 1140

When I read that, it had the ring of truth for me and it also harkened back to my days as a teenager when I did try cigarettes for the first time.

Plain packaging is a red herring. I heard a lot of evidence or testimony here this morning that if you take a red package against a white package, they'll pick the red package. That's not the point here. The point is not which one they would choose or that they would go to the red one because it's colourful, the point is that if there's no longer a red one, they're both white, will fewer people pick one?

I don't think there's any evidence to show that is the case. I have heard of no studies, no testimony, that this will happen. I think the same people will be smoking.

That doesn't mean we shouldn't try to discourage young people from taking that first cigarette. I truly believe that education is the most important method we have to discourage smoking among the young ones.

As far as adult smokers are concerned, purchase of tobacco by a user is not an impulse purchase. If he goes into the store to buy cigarettes, he's probably already picked out his brand. He goes in and buys it.

Smokers, once they are smokers, are very brand loyal. Plain packaging would have little impact on them at all. We had the yellow Loblaws package, or whatever it was, held up here versus the red one. They're very brand loyal. They didn't go for the yellow one.

[Translation]

Dernier point—la loi interdit la vente aux mineurs. S'il est interdit de vendre à des mineurs, quel besoin avons-nous d'un emballage banalisé? Je ne parle pas ici de la loi qui entrera en vigueur plus tard cette année au sujet des avertissements. J'aimerais citer un article paru dans le *Globe and Mail*, sous la signature d'Ann Rauhala, le 18 avril dernier. Certaines lectures ont un effet saisissant sur l'esprit. Or, cet article devrait avoir une résonance particulière pour les enseignants parmi vous.

Si je me proposais de vendre quelque chose à un adolescent intelligent et éveillé, voici comment je m'y prendrais. Je l'emballerais dans un papier ordinaire, presque élégant, en noir et blanc. Je lui donnerais une allure exotique, dangereuse, comme s'il s'agissait d'un produit de contrebande, et j'y porterai quelques mentions simples. Des mots comme «Mort». Des phrases comme «Ceci pourrait vous tuer».

Je m'arrangerais pour que cet adolescent sache que les enseignants et les parents désapprouvent fortement la consommation de ce produit et qu'une actrice comme Winona Ryder, elle, l'utilise abondamment.

Peut-on réellement croire qu'un emballage banalisé dissuadera les moins de 25 ans de fumer? Des jeunes qui se croient immortels? Des jeunes qui rigolent devant la peur pathétique qu'inspire la mort à leurs aînés?

Face au tabac, il semble que nous réussissions mieux à ne pas changer le comportement des gens qu'à le changer.

Il m'a semblé que l'auteure de cet article disait vrai, et je me suis rappelé mon adolescence et ma première cigarette.

La banalisation de l'emballage n'est qu'une diversion. On a beaucoup parlé ici ce matin de l'effet de la couleur de l'emballage. Entre un emballage rouge et un emballage blanc, on nous dit qu'on choisira l'emballage rouge. La question n'est pas là. La question est non pas de savoir lequel des deux emballages les adolescents choisiront, le rouge ou le blanc, mais plutôt de savoir si, dans le cas où les deux emballages seraient blancs, moins de monde en voudra?

Cela n'est pas prouvé. Aucune étude, aucun témoignage ne l'ont démontré. Les mêmes personnes continueront de fumer.

Cela ne veut pas dire qu'il ne faut pas dissuader les jeunes de fumer leur première cigarette. Je crois toujours que l'éducation est la meilleure méthode de dissuasion auprès des jeunes.

Pour un adulte, l'achat d'un paquet de produits du tabac n'a rien de spontané. L'adulte qui entre dans un magasin pour s'acheter des cigarettes sait déjà quelle marque il veut. Il entre et il l'achète.

Une fois devenus fumeurs, les gens sont très fidèles à leur marque de cigarettes. L'emballage n'aura guère d'influence sur ces derniers. Il y a eu l'emballage jaune de Loblaws, destiné à concurrencer le paquet rouge. Les fumeurs étant très fidèles à leur marque, ils n'ont pas voulu de ce paquet jaune.

[Texte]

The point is not colour versus non-colour; it's what happens if everything is non-colour.

I'm going to skip the fact of creating jobs or putting Canadians to work. There will be a lot of jobs lost, several thousand.

I have to address the retailer view, because our membership and the whole industry across Canada, 110,000 people, are working very hard to keep their businesses going.

A typical c-store stocks up to 200 SKUs of tobacco, different brands, king size versus regular, filter versus non-filter, 20s versus 25s, etc. Just imagine you're a clerk behind the counter with four boxes of tobacco that were just delivered from your wholesaler, three customers standing in front of the till, and 150 or more different brands, all of which look the same, in front of you. Problems? I think there'll be lots of problems.

We all talk about service to the customer being important these days. I think when we're talking about confusion for the store staff, confusion for the customers, confusion in stocking the shelves, confusion in taking inventory, it will result in errors to the customer, poor service to the customer, an unhappy customer and maybe a lost customer.

Quite frankly, ladies and gentlemen, we in the business are not interested in losing customers.

Plain packaging may well contribute to slowing the rate of decrease in the number of customers. This is an important point. I don't think it's been addressed as fully as it should be. With plain packaging in place the only differentiation between brand A and brand B will be price.

Following along to the next point, these are the things that will happen. Price will be used as a tool to try to gain market share. There aren't going to be any more smokers. You're not going to go from 100 to 110 smokers. What you are going to have is one company with 50 and another company with 30, each trying to get more of the other guy's market share. Price would be the only means by which they could do it.

The result will be lower prices. They will all sharpen their pencils as much as they can, reduce their costs, and lower prices. Is that what we really want? With only price as a competitive tool, all the support programs will be withdrawn by manufacturers in order to support the lower retail price. Consumers will end up with a lower retail price, retailers will end up with lower margins and profits, and the historic rate of decrease in the number of smokers may be slowed. Will it be slowed? I don't know, but it may be.

Historically, and I would repeat the point that's been made several times since 1960, the incidence of smoking has been dropping off between 1% and 2% each year. When we look at dramatic results and say that's when we boosted cigarette taxes by 20% last year, that's not the reason. That simply generated cross-border shopping and latterly the smuggling thing that has been explored fully.

[Traduction]

La question n'est donc pas d'opposer les couleurs les unes aux autres, mais de savoir ce qui arriverait si l'on n'utilisait aucune couleur.

Je passe sur la création d'emplois. Beaucoup d'emplois seront perdus, plusieurs milliers.

Je dois aborder la question sous l'angle du détaillant, parce que nos membres et toute l'industrie au Canada, c'est-à-dire 110 000 personnes, travaillent très fort au maintien de leurs entreprises.

Un dépanneur garde normalement jusqu'à 200 UGS de tabac de différentes marques en grand format et en format régulier, avec ou sans filtre, en paquets de 20 ou de 25, etc. Imaginez que vous recevez quatre boîtes de tabac de votre grossiste, que vous avez trois clients à servir, que vous tenez environ 150 marques différentes qui se ressemblent toutes. Des problèmes? Beaucoup de problèmes.

Tout le monde parle de l'importance du service à la clientèle. Si l'on sème la confusion dans l'esprit du personnel du magasin et des clients, si l'on complique les opérations d'étagage et d'inventaire, il se produira des erreurs pour le client, le service se détériorera, le client sera mécontent et peut-être perdra-t-on le client.

Franchement, mesdames et messieurs, nous ne sommes pas en affaires pour perdre des clients.

La banalisation de l'emballage pourrait très bien contribuer à ralentir le taux d'abandon chez les fumeurs. Ceci est important. Je ne crois pas qu'on ait pris la peine de s'y attarder. Avec la banalisation de l'emballage, la seule différence entre la marque A et la marque B sera le prix.

Voici ce qui arrivera. Le prix sera le seul instrument de concurrence sur le marché. Il n'y aura pas plus de fumeurs. Nous n'allons pas passer de 100 à 110 fumeurs. Une compagnie en aura 50 et l'autre 30, chacune essayant de gruger la part du marché de l'autre. Le prix sera le seul moyen d'y parvenir.

Il en découlera une baisse des prix. Tout le monde se fendra en quatre pour réduire ses coûts et ses prix. Est-ce cela que nous voulons vraiment? Si le prix est le seul instrument de concurrence, tous les programmes de soutien auxquels participent les fabricants seront annulés afin de compenser les bas prix de détail. Les consommateurs paieront moins cher, les détaillants auront une marge bénéficiaire moindre, et le taux d'abandon chez les fumeurs ralentira. Est-ce bien ainsi que les choses se passeront? Je ne sais pas, mais cela se peut.

Je vous rappelle, et je reprends ici un point qui a été soulevé plusieurs fois depuis 1960, que le nombre de fumeurs diminue de 1 à 2 p. 100 par année. Quand on affirme que c'est devant ces résultats spectaculaires qu'on a augmenté les taxes sur les cigarettes de 20 p. 100 l'an dernier, on n'invoque pas la véritable raison. Cette hausse a tout simplement eu pour effet de déclencher le magasinage transfrontalier et, plus tard, la contrebande, question qui a été examinée à fond.

[Text]

[Translation]

• 1145

Will plain packaging encourage criminals to get back into the contraband tobacco business? I say very definitely yes. Plain packaging is far easier to copy. Contraband tobacco and generic packaging will be extremely difficult to identify, particularly if it's mixed in amongst a whole bunch of identical-looking products.

We could end up and we quite possibly will end up right back where we were three months ago prior to the Prime Minister's initiatives, which have been so effective in stamping out smuggling, and believe me they have been. We must remember the illicit tobacco manufacturing machinery is still installed and still sitting there. It can be put back. They can press the go button tomorrow.

With respect to the illicit distribution, the smuggling network is still there. They don't have tobacco now because there's not the money in it, but, if we believe the police reports, they're moving into liquor, guns, and that sort of thing. All that can go back into high gear very quickly. I submit to you that is not really what you want to happen.

Regarding the anti-smoking lobby, I wish to give them credit. I think they've done excellent work in a number of areas, such as the public awareness of smoking, government awareness, and second-hand smoke. All these are excellent things to help to educate Canadians as far as smoking is concerned.

The one thing I am concerned about now is that they are moving out of those things that truly address the problems of smoking and reducing the number of smokers, and they're getting into items that I think are counterproductive.

When we look at such things as plain packaging, we say that may help. However, detailed examination of all the factors affected by such a step conclude that it will create more problems than it addresses and in the final analysis is a red herring that does not address the real issue.

I have four recommendations. First of all, we think that you should, in all due respect, decline the plain packaging option.

Secondly, only those proposals that truly address tobacco consumption should be entertained by this committee. Leave these peripheral things. Don't fall for the red herring.

Thirdly, a process that facilitates identification and conviction of retailers who sell to minors is something you should concentrate on. Increasingly severe financial penalties up to and including loss of licence to sell the product should be there and should be solid. That should be pursued with great vigour, because selling to minors is illegal and retailers should not be permitted to do it.

The fourth point, and this is the biggy, is education, education, education. That will reduce tobacco consumption, not packaging designs. A broad effective program of education should be the primary focus and goal of the standing committee.

I would suggest that you read again those two paragraphs. I think they have the ring of truth; I think they bring a measure of realism to a situation where so many of our young people, 14, 15, and 16 years old, are starting to smoke and not for the reasons of plain packaging.

La banalisation de l'emballage poussera-t-elle les criminels à se relancer dans la contrebande? J'en suis tout à fait convaincu. Il est beaucoup plus facile d'imiter un emballage banalisé. Le tabac de contrebande et l'emballage générique seront extrêmement difficiles à repérer, surtout si on les camoufle dans un ensemble de produits identiques.

Nous pourrions nous retrouver au point où nous étions il y a trois mois avant les initiatives prises par le premier ministre, qui se sont avérées si efficaces pour mettre un frein à la contrebande. Il ne faut pas oublier que l'infrastructure du tabac de contrebande est toujours en place et qu'il suffirait d'appuyer sur un bouton pour la remettre en marche.

Quant à la distribution illégale, le réseau de contrebandiers existe toujours. Le tabac a été délaissé, parce que cela n'était plus payant, mais si l'on en croit les rapports de police, les contrebandiers se tournent vers l'alcool, les armes, etc. Tout cela pourrait tourner à plein régime en un rien de temps. Je ne pense pas que ce soit ce que vous voulez.

En ce qui concerne le lobby anti-tabac, je conviens qu'il s'est fait de l'excellent travail dans certains domaines, notamment la sensibilisation du public et du gouvernement à l'usage du tabac et aux effets de la fumée des autres. Tout cela contribue à éduquer les Canadiens au sujet du tabagisme.

Ce qui m'inquiète, c'est qu'on s'éloigne des vrais problèmes reliés à l'usage du tabac et de la réduction du nombre de fumeurs, et qu'on s'intéresse à des questions contre-productives.

On affirme que la banalisation de l'emballage pourrait aider. Toutefois, un examen approfondi de tous les facteurs démontre que cette banalisation engendrera plus de problèmes qu'elle n'en réglera et qu'en dernière analyse, il ne s'agirait que d'une diversion et que l'on passerait à côté du vrai problème.

J'ai quatre recommandations. Premièrement, nous croyons que vous devriez rejeter l'idée de l'emballage neutre.

Deuxièmement, le comité ne devrait examiner que les propositions qui s'attaquent réellement à la consommation de tabac, sans créer une foule de problèmes connexes. Ne vous laissez pas distraire.

Troisièmement, le comité devrait s'intéresser à un processus qui aide à repérer et à condamner les détaillants qui vendent des produits de tabac aux mineurs. Les amendes devraient être de plus en plus lourdes et aller jusqu'à la perte du permis de vente de ces produits. Cela devrait se faire avec une grande vigueur, étant donné que la vente aux mineurs est illégale et qu'il ne faudrait pas laisser faire les détaillants.

Le quatrième point, notre recommandation majeure, est l'éducation, l'éducation, l'éducation. C'est cela qui permettra de réduire la consommation de tabac, et non pas la conception des paquets. Le comité devrait surtout faire porter son attention sur un programme d'information général efficace.

Permettez-moi de vous inviter à relire ces deux paragraphes. Je crois qu'ils ont un accent de vérité, qu'ils apportent un élément de réalisme à une situation où tant de nos jeunes de 14, 15 et 16 ans commencent à fumer. Cela n'a rien à voir avec la banalisation des produits du tabac.

[Texte]

The Chairman: Thank you. I have two interveners in this order:
Mr. de Savoye, Mr. Scott.

M. de Savoye: Monsieur Egerdie, j'aimerais d'abord faire une réflexion au sujet de ce petit article. Vous dites: *It has a ring of truth*. Il est déjà dangereux de dire cela. Je l'ai lu rapidement. Je crois que c'est généralement un peu abusif et que cela ne rend pas justice à la capacité de bon jugement des jeunes. J'ai connu les jeunes de près et je sais qu'ils sont loin d'être incapables de porter de bons jugements.

Maintenant, je suis d'accord sur un certain nombre de points de votre présentation, mais je suis en désaccord sur certains autres points. Vous n'avez pas apporté d'arguments supplémentaires à ceux de vos prédecesseurs. Cependant, il y a un élément qui est nouveau et que je n'avais jamais vu jusqu'à maintenant. Vous dites que les fabricants pourraient faire une guerre de prix pour aller chercher une plus grande part de marché ou pour inciter de nouveaux fumeurs à consommer. C'est la première fois que cet argument-là nous est présenté, et j'aimerais que vous élaboriez sur la façon dont cela pourrait se passer à court, à moyen et à long termes.

Je présume que vous avez des connaissances en économie. On sait très bien que, lorsqu'on fait des guerres de prix, il y a des conséquences. Pouvez-vous élaborer sur cette argumentation de manière à mieux éclairer le Comité?

• 1150

Mr. Egerdie: You ask how I could foresee this. What is "this"?

Mr. de Savoye: You are claiming that the manufacturers will wage a price war among themselves to obtain a larger share of the market since they cannot do any advertising or the packaging cannot influence the consumer. They'll work on the price side to achieve a bigger share of the market or to attract new people into the market.

Now, to speak in terms of economics, when you have a price war, there are some consequences. I assume that since you were talking about this, you may be able to put some light on the subject for the benefit of the whole committee. How would it work? Would it be a short-term, medium-term or long-term phenomenon?

Mr. Egerdie: I'm suggesting that if plain packaging were to happen—i.e., no differentiation of packages—that as an operating tobacco manufacturing company, we would be looking at the only area that might result in some growth. That would be in the area of price.

How would I follow through on that? It is true that taxes cannot be changed; they're the same for company A, company B and company C. The operating efficiencies of my company, however, are certainly within my purview and perhaps there are things I can do that would result in a situation where I would be able to reduce my cost significantly. I would then pass those along and make sure that they appeared at the retail marketplace. In such a case, company A might gain two or three points of market share from company B, which would then go down two or three points in market share.

I am definitely not making the point that the number of smokers would increase. I am saying the companies would simply be fighting among themselves to move consumers from product A to product B.

[Traduction]

Le président: Merci. J'ai deux intervenants, dans l'ordre suivant: M. de Savoye et M. Scott.

Mr. de Savoye: Mr. Egerdie, I would like to share my thoughts regarding this article. You say It has a ring of truth. There is risk at saying such a thing. I have read this article quickly. I think it is generally a little excessive and that it does not do justice to the good judgment of our youth. I have known young people and I know that they are far from being incapable of good judgement.

Now, I agree on certain issues, but disagree on others. You did not add any new argument to those of the previous witnesses. However, there was something that I had never heard before. You say that manufacturers could resort to a price war to increase their share of the market or to attract new smokers. This is the first time that this argument is put forward, so would you explain how this could happen in the short, middle and long term.

I presume that you have some knowledge in economics. It is a very well known fact that price wars have an impact on the market. Could you elaborate your rationale in order to better enlighten this committee on the subject?

Mr. Egerdie: Vous me demandez comment je pourrais prévoir cela. Pourriez-vous préciser votre pensée?

Mr. de Savoye: Vous dites que les fabricants se lanceront dans une guerre des prix afin d'augmenter leur part du marché, étant donné qu'ils ne pourront pas faire de publicité ou recourir à l'emballage pour influencer le consommateur. Ils utiliseront donc les prix afin d'augmenter leur part du marché ou d'attirer de nouveaux fumeurs.

Du point de vue économique, toute guerre des prix a des conséquences. Vous pourriez peut-être apporter des précisions afin d'éclairer l'ensemble du comité. Comment cela se passera-t-il? S'agira-t-il d'un phénomène à court, à moyen ou à long terme?

Mr. Egerdie: Si l'on adopte la banalisation des produits du tabac, c'est-à-dire des emballages uniformes, le seul domaine de croissance qu'il reste à un fabricant de produits du tabac, c'est celui des prix.

Comment vous expliquer? Impossible de toucher aux taxes qui sont les mêmes pour les sociétés A, B ou C. L'efficacité de l'exploitation de mon entreprise est certainement de mon ressort et je pourrais peut-être réduire considérablement mes coûts de manière que cela se reflète sur le prix de détail. La société A pourrait alors augmenter sa part du marché de deux ou trois points par rapport à la société B qui elle, en perdrat deux ou trois.

Je ne dis pas que le nombre de fumeurs augmenterait. Je dis seulement que les sociétés se feraient la lutte afin que les consommateurs du produit A passent au produit B.

[Text]

Does that answer your question?

Mr. de Savoye: What you're saying basically is that it wouldn't reduce the number of smokers; it would just change the market share. The number of smokers will not be higher despite a lower price?

Mr. Egerdie: I believe that to be the case. The number of smokers in Canada has been dropping by 1% to 2% since about 1960 in a fairly steady, gradual decline. It is now significantly lower than it was 34 years ago.

When we see these rapid drop-offs, as in the early 1990s, that is not a reduction in the number of smokers; that's simply our not being able to identify them or to count them through legitimate statistical channels. These are the folks who were involved in cross-border shopping—as we all remember—and the people who are buying illegal products through the smugglers.

M. de Savoye: Merci, monsieur Egerdie.

The Chairman: Andy.

Mr. Scott: As we've already said this morning, we're trying to facilitate this downward trend and encourage it to continue. We'd like that to happen. We were pursuing a price and education strategy since the mid-1960s in terms of health warnings and so on. Something happened to the price situation; we passed a point in our ability to have the public buy into it. Consequently—in fact where I come from—it's had the reverse effect.

In any case, we're trying to compensate for that by stepping up the educational side. One of the things we've run into is the inconsistency between the warning messages we're putting out and the very glamorous images that are being portrayed by the industry. We're saying this is bad, but at the same time there are big signs we allow to put up all over the place and events that are supported by the cigarette companies.

My personal difficulty with this was making the connection between those big signs and the packages. You have said in your presentation that with plain packaging in place, the only differentiation in manufacturers' products will be the price. You use that to make the point that this will create a hardship for local retailers because with only price as a competitive tool, all program supports would disappear.

Clearly there is a connection. What you are saying means that if you take away the ability to distinguish between the packages, you're talking about the other things they do that are connected to those packages. To some extent I'm satisfied that you have made the relationship between signage and the other support programs you refer to and the package.

• 1155

Mr. Arnold Kimmel (Director, Ontario Convenience Stores Association): I disagree with you. The distribution network down to our industry, the convenience store industry, is probably the most expensive form of distribution in the food sector.

What Mr. Egerdie was getting at is the point that a manufacturer can make efficient deals with large retailers, who have the ability to sell in tremendous volumes, thereby deflecting the product sale away from our industry into a mass

[Translation]

Cela répond-il à votre question?

M. de Savoye: Ce que vous dites, fondamentalement, c'est qu'une telle mesure ne réduirait pas le nombre de fumeurs. Elle ne ferait que modifier le partage du marché. Le nombre de fumeurs ne sera pas plus élevé malgré les bas prix?

M. Egerdie: Je crois que ce serait le cas. Le nombre de fumeurs au Canada a diminué de 1 à 2 p. 100 par année depuis 1960 de façon relativement constante. Il est maintenant beaucoup moins élevé qu'il ne l'était il y a 34 ans.

Les baisses rapides que nous avons connues au début des années quatre-vingt-dix ne sont pas imputables à la réduction du nombre des fumeurs. C'est tout simplement que nous n'avons pas été en mesure de les repérer ou de les dénombrer par des moyens statistiques légitimes. Il s'agit des personnes qui pratiquent le magasinage transfrontalier—dont nous avons tous le souvenir—and des personnes qui s'approvisionnent sur le marché illégal auprès des contrebandiers.

M. de Savoye: Thank you, Mr. Egerdie.

Le président: Andy.

M. Scott: Comme nous l'avons déjà dit ce matin, nous essayons de favoriser cette tendance à la baisse et de la maintenir. Nous poursuivons une stratégie de prix et d'éducation depuis le milieu des années soixante, par exemple en multipliant les avertissements quant au danger pour la santé, etc. Du point de vue des prix, nous ne pouvons plus influencer le public. Dans mon patelin, nous avons obtenu l'effet contraire.

Quoi qu'il en soit, nous nous efforçons de compenser en mettant l'accent sur l'éducation. L'une des contradictions en l'occurrence se situe entre les messages d'avertissement que nous lançons et l'image très attrayante véhiculée par l'industrie. D'une part, on dit que cela est mauvais, et d'autre part, on dresse de grands panneaux publicitaires visibles de partout et on permet aux sociétés de tabac de commanditer des manifestations de toutes sortes.

J'ai du mal à faire le lien entre ces grands panneaux publicitaires et les emballages. Vous avez déclaré que la banalisation ne laisserait pas aux fabricants de produits du tabac d'autre moyen de différenciation que le prix. Vous invoquez cet argument pour affirmer que cela créera des difficultés pour les détaillants locaux, parce que si le prix est le seul moyen de concurrence, tous les programmes de soutien disparaîtront.

Il y a effectivement un lien. Ce que vous dites, c'est que si on élimine la possibilité de faire la distinction entre les emballages, il faudra tenir compte des autres facteurs qui ont un rapport avec ces emballages. Dans une certaine mesure, je constate que vous avez établi un lien entre les mentions d'avertissement, les autres programmes de soutien, et les emballages.

Mr. Arnold Kimmel (administrateur, Ontario Convenience Stores Association): Je ne suis pas d'accord avec vous. Le réseau de distribution de notre industrie des dépanneurs est probablement le plus coûteux de tout le secteur de l'alimentation.

M. Egerdie allait expliquer qu'un fabricant peut conclure des ententes très efficaces avec les gros détaillants, qui sont capables de vendre des volumes énormes, détournant ainsi la vente du produit de notre industrie à une industrie de mise en

[Texte]

marketer, for example. I don't think there was a relationship. I don't think there was an indication or an intention to indicate that price would become the factor as far as consumption is concerned. Do you follow what I'm saying?

Mr. Scott: I follow what you're saying.

Mr. Kimmel: It's an awful lot easier to deliver to a Walmart than to a corner convenience store because they're going to take an entire truckload and we're going to take half a case.

Mr. Scott: No, but my point is it says in the document "with only price as the competitive tool".

Mr. Kimmel: Then it should be clarified, as to what exactly the intent of that point is.

Mr. Scott: I think the intent is clear. It says "all support programs will be withdrawn by manufacturers in order to score lower retail price". In other words, if we take away the package, they have to resort to a price war as the new method. That's what it says.

Mr. Kimmel: What Mr. Egerdie was getting at is its implication for our industry, not the general consumption.

The Chairman: I have a couple of things I'd like to raise, Mr. Egerdie. You say "we're not in the business of losing customers". That I understand. Before that, and in one of your recommendations, you said you would advocate better education to alert people to the hazards of smoking. Does it occur to you that if the education is successful, you might lose some customers?

Mr. Egerdie: Again, we can go back to 1960. A lot of our stores have been around since then. They have seen this gradual erosion of smokers but have not necessarily lost a customer. Maybe they've lost a tobacco customer. Perhaps he's still shopping in that particular store and buying the milk, bread and other items.

The Chairman: You're very clear. I wanted to put to you what I saw as a bit of a contradiction in terms. But I hear your answer.

I have a second point. If, as you suggest, the customer is brand loyal, why would the convenience store lose them over plain packaging? Where would they go if, as you pointed out, there are no red packages left out there?

Mr. Egerdie: That's right. We have 150 of these suckers lined up across the shelf. When he asks for brand A, the clerk in a hurry hands him brand B and away they both go.

The Chairman: I guess you'd just have to hire literate customers who could read.

Mr. Egerdie: That's perhaps an oversimplification, but the possibilities for error and for alienating a customer are many and a lot of them are subtle. Chances are a customer who is unhappy will not come back.

[Traduction]

marché de masse. Je ne crois pas qu'on ait fait un lien ou qu'on ait eu l'intention d'indiquer que le prix deviendrait le facteur à considérer du point de vue de la consommation. Vous me suivez?

M. Scott: Oui.

M. Kimmel: Il est beaucoup plus facile de livrer à un magasin Walmart qu'à un dépanneur du coin parce que le Walmart reçoit un camion complet alors que nous ne prenons qu'une demi-caisse.

M. Scott: Ce qui m'intéresse, c'est qu'on dit dans le document que «le prix sera le seul facteur de concurrence».

M. Kimmel: Il y aura donc lieu de préciser ce que cela veut dire exactement.

M. Scott: Je crois que c'est clair. On dit dans le document que «les fabricants abandonneront tous leurs programmes de soutien afin de pouvoir maintenir de bas prix». Autrement dit, si on élimine l'emballage, ils devront recourir à une guerre des prix. Voilà ce qu'on trouve dans le document.

M. Kimmel: M. Egerdie allait expliquer que cela a une incidence sur notre industrie et non pas sur la consommation en général.

Le président: Monsieur Egerdie, vous dites que vous n'êtes pas en affaires pour perdre des clients. Je vous comprends. Avant cela, et dans l'une de vos recommandations, vous avez déclaré que vous seriez en faveur d'une meilleure éducation afin de sensibiliser les gens aux dangers du tabagisme. Avez-vous pensé que si cette campagne d'éducation réussit, vous risquez de perdre quelques clients?

M. Egerdie: Encore une fois, nous pourrions revenir à 1960. Plusieurs de nos magasins existent depuis ce temps-là. Ils ont assisté à cette érosion progressive du nombre de fumeurs mais n'ont pas nécessairement perdu un client. Peut-être ont-ils perdu un client pour ce qui est des produits du tabac. Peut-être ce client fréquente-t-il toujours le magasin et y achète-t-il du lait, du pain ou d'autres articles.

Le président: Vous êtes très clair. Je voulais seulement vous signaler qu'il semblait y avoir une certaine contradiction dans ce que vous disiez. Mais je reçois votre réponse.

D'autre part, si, comme vous le laissez entendre, le client est fidèle à sa marque, pourquoi un dépanneur perdrat-il un client à cause de la banalisation de l'emballage? Où ce client irait-il si, comme vous le dites, il ne reste plus de paquets rouges sur le comptoir?

M. Egerdie: C'est bien cela. Nous avons 150 paquets alignés sur l'étagère. Quand un client demande la marque A, le commis pressé lui remet la marque B et les deux s'en vont chacun de leur côté.

Le président: Je suppose que vous devriez engager des clients qui savent lire.

M. Egerdie: Je simplifie peut-être trop, mais les possibilités d'erreur et de perte de clients sont nombreuses et plusieurs d'entre elles sont subtiles. Il y a des chances pour qu'un client mécontent ne revienne jamais.

[Text]

[Translation]

The Chairman: Mr. Egerdie, you also said proposals that, and I quote you here, "truly address tobacco consumption" should be considered by this committee. In your view, would such a proposal include the suggestion made by one of the previous witnesses this morning to the effect that tobacco products be regulated as hazardous products?

Mr. Egerdie: I'm not sure of the implications of that, sir, because I'm not familiar with the Hazardous Products Act. But I will answer your question on how I feel it can be addressed. We are in the marketplace; we are merchants. While we're not experts, I do believe we know a bit about merchandizing and marketing, what the customer wants or desires and what he doesn't want or desire.

In this particular case, you're looking at young people as a group, teenagers, if you will, 18 and under. First of all, you have to ask what that consumer reacts to, what turns that person to a decision to try that cigarette, or what makes that young person not try a cigarette. This is an area for research.

• 1200

There were a lot of points made here about how effective the tobacco marketing and advertising people were in addressing the group. Well, if you propose not to have those people take up smoking, then you'd better find out how those people think. Perhaps some research dollars should be spent by that lobby on finding out why the 18-year-old or 16-year-old makes that decision.

Pardon me for labouring this point, but I think this is where it all has to start. Why does the person think that way? Why are the young people so turned off by those TV ads we all saw and were embarrassed by over the past few months? Were there enough focus groups to find out what teenagers react to, pro and con, before those advertising programs and commercials were devised? I don't think there were. That's the first place to start.

What makes the teenager think as he does? What does he or she react to? Is it really peer pressure? I think that's a biggie. Perhaps you, in the teaching profession, wouldn't agree with me. If it is peer pressure, what can be done education-wise to turn that factor to an advantage, rather than saying it's a disadvantage?

Those are the areas that will turn off the young smokers or keep them from being smokers through an active, deliberate, well-focused, and long-term education program. If they don't feed into the adult smoking group then we have an increase in the minus 2% per year, which I think everyone here was addressing.

Mr. Kimmel: I just want to add one point. You asked where the tobacco customers would go. They'd go right back to the street, where they were buying, in Ontario, 35% of the product pre-tax rollback—or in Quebec, over 50%.

The Chairman: You're telling me that if we've got those 15 packages lying on the shelf, one with one tobacco company's name and the other one with a brand name and so on, the customer will leave your store because he doesn't like the 15 yellow packages and will go down the street and buy a prettier package?

Le président: Monsieur Egerdie, vous avez également affirmé dans l'une de vos propositions, et je vous cite, que le comité devrait examiner des propositions «qui s'attaquent réellement à la consommation de tabac». Selon vous, y aura-t-il lieu de joindre à une telle proposition la suggestion d'un des témoins ce matin qui souhaitait que les produits du tabac soient réglementés comme des produits dangereux?

M. Egerdie: Je ne suis pas sûr des répercussions d'une telle mesure, monsieur, parce que je ne connais pas bien la Loi sur les produits dangereux. Je vous dirai toutefois comment je crois qu'on peut régler cette question. Nous sommes sur le marché; nous sommes des marchands. Même si nous ne sommes pas des experts, nous connaissons quelque chose au marchandisage et au marketing, à ce que le client veut ou désire et à ce qu'il ne veut pas.

Dans le cas qui nous occupe, nous avons affaire à un groupe de jeunes, des adolescents, si vous voulez, de 18 ans et moins. D'abord, vous devez vous demander à quoi le client réagit, qu'est-ce qui incite une personne à essayer une cigarette ou un jeune à ne pas fumer.

On a beaucoup parlé ici de l'efficacité des campagnes de marketing et de publicité auprès de ce groupe. Si vous ne voulez pas que ce groupe commence à fumer, vous avez intérêt à savoir comment il pense. Peut-être le lobby anti-tabac devrait-il investir dans la recherche afin de savoir pourquoi un jeune de 18 ans ou de 16 ans décide de fumer ou de ne pas fumer.

Pardonnez-moi de revenir sur cette question, mais je crois que c'est de là qu'il faut partir. Pourquoi une personne pense-t-elle d'une certaine façon? Pourquoi les jeunes sont-ils si démobilisés par les annonces que l'on voit à la télévision depuis quelques mois? Est-ce que des groupes de discussion se sont penchés sur ce qui fait réagir les adolescents, pour ou contre, avant de concevoir des programmes et des annonces publicitaires? Je ne le crois pas. C'est pourtant par là qu'il faut commencer.

Comment un adolescent pense-t-il? Qu'est-ce que le fait réagir? Est-ce vraiment l'influence des pairs? Je crois que tout est là. Vous qui êtes dans l'enseignement ne serez peut-être pas d'accord avec moi. S'il s'agit de la pression des pairs, que peut-on faire du point de vue de l'éducation pour transformer cette influence d'inconvénient en avantage?

C'est grâce à un programme actif, délibéré, bien axé, et à long terme que l'on dissuadera les jeunes fumeurs ou qu'on les empêchera de devenir fumeurs. Si un jeune ne passe pas au groupe de fumeurs adultes, on améliore le facteur de moins 2 p. 100 par année auquel tout le monde ici pense.

M. Kimmel: Je tiens à ajouter ceci. Vous nous avez demandé où iraient les clients des produits du tabac. Ils se retrouveraient tout droit dans la rue, où ils ont profité, en Ontario, du recul des prix de 35 p. 100 avant les taxes. Ce pourcentage a dépassé 50 p. 100 au Québec.

Le président: Vous me dites que s'il y a 15 paquets sur l'étagère et que l'un d'entre eux porte le nom d'une société de tabac, un autre, une marque, etc., le client cessera de fréquenter votre magasin parce qu'il n'aime pas ces 15 paquets jaunes et qu'il ira dans la rue pour acheter un paquet plus joli?

[Texte]

Mr. Kimmel: No, sir, I'm not saying that. I'm saying that the contraband product, which will reappear in the marketplace almost immediately...

The Chairman: Okay. I want to thank the witnesses. I say to them, and through them to all witnesses, including those from this morning, that the questions from me and all the members are never asked to harass, but to provoke gut responses. We get them from time to time, after you read your prepared speeches. We're trying and we have a difficult task here and we thank you for your part in making it less difficult. We have to make a recommendation, come June 15. Thank you.

Our next hearing is Tuesday at 8:30 a.m. The hearing is adjourned.

[Traduction]

M. Kimmel: Non, monsieur, ce n'est pas ce que je dis. Ce que je dis, c'est que le produit de contrebande, qui refera son apparition sur le marché presque immédiatement...

Le président: Ça va. Je remercie les témoins. Je leur rappelle, ainsi qu'à tous les autres témoins, y compris ceux qui sont passés ce matin, que les questions que je pose, de même que celles de tous les membres du comité, ne sont pas destinées à vous harceler, mais plutôt à provoquer des réponses spontanées. C'est ce que nous obtenons parfois, après lecture de vos interventions écrites. Notre tâche est difficile et nous vous remercions de nous faciliter les choses. Nous devons présenter une recommandation d'ici le 15 juin. Merci.

Notre prochaine audience aura lieu mardi à 8h30. La séance est levée.

From Physicians for a Smoke-Free Canada:

Andrew Pipe, Director;

Catherine A. Rudick, Executive Director.

From the Ontario Convenience Stores Association:

Russell Egerdie, Executive Director;

Arnold Kimmel, Director.

Des Médecins pour un Canada sans fumée:

Andrew Pipe, directeur;

Catherine A. Rudick, directrice exécutive.

De «Ontario Convenience Stores Association»:

Russell Egerdie, directeur exécutif;

Arnold Kimmel, directeur.

MAIL  **POSTE**

Canada Post Corporation/Société canadienne des postes

Postage paid

Port payé

Lettermail

Poste—lettre

8801320

OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Lawson Mardon Packaging:

Marcel Pilon, Senior Vice-President;
Richard Pileski, Vice-President, Planning and Business;
David Stacey, Business Unit Director, Lawson Mardon Flexible;

Ron Syrkos, General Manager, Lawson Mardon Montreal.

From Kromacorp:

Hamish Somerville, President and owner;
Laurie Saywell, Vice-President, Manufacturing;
Steve Abbott, Senior Vice-President, Sales and Marketing.

From the Canadian Oncology Society:

Michael Goodyear, Spokesperson on Tobacco and Health.

From the Canadian Council of Grocery Distributors:

Darrell M. Rushton, President, Wholesale Operations;
Michel Nadeau, Vice-President, Public Affairs and Member Services;
Michel Fafard, Director, Retail and Cash & Carry Operations; "Hudson et Deaudelin Ltée".

(Continued on previous page)

TÉMOINS

De «Lawson Mardon Packaging»:

Marcel Pilon, vice-président senior;
Richard Pileski, vice-président, planification et affaires;
David Stacey, directeur de l'Unité des affaires, «Lawson Mardon Flexible»;
Ron Syrkos, gérant général, Lawson Mardon Montréal.

De Kromacorp:

Hamish Somerville, président et propriétaire;
Laurie Saywell, vice-président, Fabrication;
Steve Abbott, vice-président senior, Ventes et marketing.

De la Société d'oncologie du Canada:

Michael Goodyear, porte-parole sur le tabac et la santé.

Du Conseil canadien de la distribution alimentaire:

Darrell M. Rushton, président, Vente en gros;
Michel Nadeau, vice-président, Affaires publiques et Services aux membres;
Michel Fafard, directeur, Exploitation de détail, Hudon et Deaudelin Ltée.

(Suite à la page précédente)

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing, Public Works and Government Services Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9

C A I
XC28
- H39

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 9

Tuesday, May 10, 1994

Chair: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 9

Le mardi 10 mai 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Procès-verbaux et témoignages du Comité permanent de la Committee on

Health

Santé

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur
of Tobacco Products la banalisation des produits du tabac

CONCERNANT:

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, MAY 10, 1994

(14)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 8:37 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Chair, Roger Simmons, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Associate Member present: Madeleine Dalphond-Guiral.

Other Member present: Paddy Torsney.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curran, Research Officer.

Witnesses: From the Ontario Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board: Albert Bouw, Chairman; George Gilvesy, Vice-Chairman. From the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board: Germain Ducharme, President; Sylvain Ethier, Vice-President; Richard Desmarais, Director. From the Canadian Lung Association: Peter MacLeod, National President; Steven Woodward, Action of Smoking and Health, Great Britain; Ron Jette, Director of Communications. From the Legislative Assembly of Ontario: Larry O'Connor, M.P.P., Parliamentary Secretary to the Health Minister. From the Ontario Ministry of Health: Brenda Mitchell, Manager, Tobacco Strategy Unit, Health Promotion Branch. From R.J. Reynolds Tobacco Co. and Philip Morris International Inc.: Julius L. Katz, President, Hills & Company, International Consultants; N. David Palmeter, Senior Partner, Mudge Rose Guthrie Alexander & Ferdon, Washington; Richard G. Dearden, Senior Partner, Gowling Strathy & Henderson, Ottawa. From the Canadian Association of Chain Drug Stores: Sherry Porter, Executive Director, Ontario Chain Drug Association; Rod Stamler, Corporate Investigator, Lindquist Avey MacDonald Baskerville; Mario Passamai, Senior Investigator, Lindquist Avey MacDonald Baskerville.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee resumed consideration of its study on Plain Packaging of Tobacco Products (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, April 12, 1994, Issue No. 1.*)

Albert Bouw of the Ontario Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board made a statement and answered questions.

At 9:01 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:03 o'clock a.m., the sitting resumed.

Germain Ducharme of the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board made a statement and answered questions.

At 9:25 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:30 o'clock a.m., the sitting resumed.

Peter MacLeod and Steven Woodward of the Canadian Lung Association made statements and answered questions.

PROCÈS-VERBAL

LE MARDI 10 MAI 1994

(14)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 8 h 37, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Roger Simmons (président).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Bernard Patry, Pauline Picard, Andy Scott, Roger Simmons, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Membre associée présente: Madeleine Dalphond-Guiral.

Autre député présent: Paddy Torsney.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curran, attachés de recherche.

Témoins: De l'Office des producteurs du tabac jaune de l'Ontario : Albert Bouw, président; George Gilvesy, vice-président. De l'Office des producteurs du tabac jaune du Québec : Germain Ducharme, président; Sylvain Ethier, vice-président; Richard Desmarais, directeur. De l'Association pulmonaire du Canada : Dr Peter MacLeod, président national; Steven Woodward, Action du tabac sur la santé, Grande-Bretagne; Ron Jette, directeur des communications. De l'Assemblée législative de l'Ontario : Larry O'Connor, député, secrétaire parlementaire du ministre de la Santé. Du ministère de la Santé de l'Ontario : Brenda Mitchell, gérante, Unité stratégique sur le tabac, Division de la promotion de la santé. De R.J. Reynolds Tobacco Co. et Philip Morris International Inc. : Julius L. Katz, président, Hills & Company, International Consultants; N. David Palmeter, associé principal, Mudge Rose Guthrie Alexander & Ferdon, Washington; Richard G. Dearden, associé principal, Gowling Strathy & Henderson, Ottawa. De Canadian Association of Chain Drug Stores : Sherry Porter, directrice exécutive, Ontario Chain Drug Association; Rod Stamler, enquêteur, Lindquist Avey MacDonald Baskerville; Mario Passamai, enquêteur principal, Lindquist Avey MacDonald Baskerville.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend l'étude de la banalisation des produits du tabac (*voir les Procès-verbaux et témoignages du mardi 12 avril 1994, fascicule n° 1.*)

Albert Bouw, des Producteurs de tabac jaune de l'Ontario, fait un exposé et répond aux questions.

À 9 h 01, la séance est suspendue.

À 9 h 03, la séance reprend.

Germain Ducharme, des Producteurs de tabac jaune du Québec, fait un exposé et répond aux questions.

À 9 h 25, la séance est suspendue.

À 9 h 30, la séance reprend.

Peter MacLeod et Steven Woodward, de l'Association pulmonaire du Canada, font des exposés et répondent aux questions.

At 10:03 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:06 o'clock a.m., the sitting resumed.

Larry O'Connor and Brenda Mitchell of the Ontario Ministry of Health made statements and answered questions.

At 10:20 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:26 o'clock a.m., the sitting resumed.

Julius Katz made a statement and, with the other witnesses from the R.J. Reynolds Tobacco Co. and Philip Morris International Inc., answered questions.

At 11:32 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:37 o'clock a.m., the sitting resumed.

Sherry Porter of the Canadian Association of Chain Drug Stores and Rod Stamler of Lindquist Avey MacDonald Baskerville made statements and answered questions.

At 12:14 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

À 10 h 03, la séance est suspendue.

À 10 h 06, la séance reprend.

Larry O'Connor et Brenda Mitchell, du ministère de la Santé de l'Ontario, font des exposés et répondent aux questions.

À 10 h 20, la séance est suspendue.

À 10 h 26, la séance reprend.

Julius Katz fait un exposé puis, avec les autres témoins de R.J. Reynolds Tobacco Co, et de Philip Morris International Inc., répond aux questions.

À 11 h 32, la séance est suspendue.

À 11 h 37, la séance reprend.

Sherry Porter, de l'Association canadienne des pharmacies à succursales, et Rod Stamler, de Lindquist Avey MacDonald Baskerville, font des exposés et répondent aux questions.

À 12 h 14, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

Clerk of the Committee

La greffière du Comité

Carmen DePape

[Texte]

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

Tuesday, May 10, 1994

[Traduction]

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

Le mardi 10 mai 1994

• 0838

The Chairman: Good morning, everyone. Welcome, to our guests. We're still in the process of waking up here, but we'll get there eventually.

We're glad to have a couple of gentlemen with us from the Ontario Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board. I'll ask whoever is in charge to introduce his colleague.

Mr. Albert Bouw (Chairman, Ontario Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board): My colleague is George Gilvesy, the vice-chairman of the tobacco board.

I'd like to start by saying there are few products, if any, that are subjected to as much disproportionate propaganda and harassment as tobacco. We sincerely believe generic packaging is yet another concept that will result in unjustified oppression of the tobacco industry by law-abiding Canadian smokers.

We find ourselves searching for the vindication or rationale behind the generic packaging concept. Does it result from genuine concern for health, or backlash from the recent reduction in taxes on tobacco products? Where is there any evidence of a direct link between packaging and the initial decision to smoke by young people? Both the Minister of Health and her officials admit that it does not exist.

Le président: Bonjour à tous. Je souhaite la bienvenue à nos témoins. Nous sommes encore en train de nous réveiller, mais nous finirons bien par y parvenir.

Nous sommes heureux d'accueillir quelques représentants de l'Office de commercialisation du tabac jaune de l'Ontario. Je demande au chef de la délégation de nous présenter son collègue.

M. Albert Bouw (président, Office de commercialisation du tabac jaune de l'Ontario): Mon collègue est George Gilvesy, vice-président de l'Office.

Je commencerai par dire que peu de produits suscitent une croisade aussi démesurée et un harcèlement aussi constant que le tabac. Nous croyons fermement que la banalisation des produits du tabac n'est qu'un autre concept qui vise à opprimer injustement l'industrie du tabac par des Canadiens respectueux de la loi.

Nous aimerais connaître le principe détracteur ou le raisonnement que justifie l'apparition de ce concept. Le gouvernement se soucie-t-il vraiment de la santé des Canadiens? Réagit-il simplement au contre-coup de la réduction des taxes sur les produits du tabac? Existe-t-il une corrélation directe entre l'apparence des paquets de cigarettes et la décision de commencer à fumer chez les adolescents? La ministre de la Santé et ses représentants admettent qu'il n'existe aucune preuve à cet égard.

• 0840

Even the Canadian Cancer Society study, *Effects of Plain Packaging on the Image of Tobacco Products Among Youth*, as flawed as it is, found that teenage smokers had no preference for brand packages over plain packages. Contrary to the conclusions contained in this report, its research found that more teenage males chose plain packages than brand ones, while among female teenagers there was no difference.

L'étude de la Société canadienne du cancer intitulée *Effects of Plain Packaging on the Image of Tobacco Products Among Youth*, quoique imparfaite, révèle que les emballages colorés des marques connues n'attirent pas plus les jeunes fumeurs que les emballages neutres. Contrairement aux conclusions contenues dans le rapport, les recherches montrent que les garçons préfèrent les emballages neutres aux emballages colorés et que les jeunes filles ne semblent avoir aucune préférence.

La plupart des études relatives aux raisons qui incitent les jeunes à fumer révèlent que la publicité y compte pour peu. Par contre, l'influence exercée par les pairs et les antécédents familiaux en ce qui concerne le tabagisme sont les principaux facteurs de motivation.

Nous appuyons les programmes qui visent à éduquer les jeunes et à les dissuader de commencer à fumer. Toutefois, nous sommes persuadés que les méthodes utilisées jusqu'à présent sont inefficaces. Le principe du fruit défendu n'a jamais fonctionné et ne fonctionnera jamais. Les jeunes se moquent des mesures draconiennes que les gouvernements imposent et des campagnes qu'ils lancent afin de les effrayer. D'ailleurs, tout récemment, les publicités visant à faire peur aux jeunes ont été retirées de l'écran par le ministère, car elles étaient inefficaces.

Nous ne sommes pas les seuls de cet avis. Une récente étude américaine, qui devait permettre d'élaborer et de mettre en place des stratégies publicitaires anti-tabac les plus dissuasives possible auprès des jeunes, révèle qu'il est préférable d'accroître la visibilité des publicités anti-tabac plutôt que de limiter encore la publicité sur les cigarettes.

We support the education and persuasion programs directed towards youth to deter them from smoking. However, we feel very strongly that the current tactics being used are ineffective. The forbidden fruit syndrome, if you will, has never worked and will never work. The draconian measures and scare tactics being used today are being scoffed at by teens, as we saw only recently when scare ads were pulled from television by the department as being ineffective.

We are not alone in this view. A recent U.S. study aimed at assisting, designing, and implementing advertising strategies that are most likely to deter youths from starting to smoke found that boosting anti-smoking advertising is preferable to further restricting cigarette advertising.

[Text]

Generic packaging will result in an increase in smuggling and counterfeiting. The influx of foreign-source product will reappear. It will be much easier to manufacture copycat cigarettes when one doesn't have to consider the time, effort, and cost of trying to make this package identical to the name brand products.

Government should also consider that a resurfacing of foreign-source and smuggled product will reduce the assurance of product quality and integrity associated with trademarks. Mr. Chairman, that particular issue is a very strong concern to us, as farmers who grow the product. As we saw on the last round when all the smuggling was going on, it affects us, the Canadian growers.

We would request that you consider another very negative ramification of generic packaging. Generic packaging would remove the manufacturers' brand identity from cigarette packages, leaving them with price as the only factor with which to compete for market share. We are fearful that manufacturers, in order to produce a competitive, price-conscious product, may consider moving their manufacturing facilities outside of Canada.

Once again, relating back to two years ago when the export tax was put on, that threat by one of our manufacturers was, we think, very valid. So I don't think it's beyond reality that they would leave this country.

This would have a devastating effect on Canadian tobacco producers and the communities in which they live. Thousands of jobs would be lost. Governments would lose control of their present ability to regulate the product. Canadian manufactured product could lose market share to foreign brands.

Again, as we saw when the smuggling was at its highest level, cigarettes—or copycats, as we refer to them—were being made. Cigarettes being made on reservations outside of this country were being made to look like cigarettes. It would be very simple for these people to resurface, along with others, and do that. As growers, our concern there of course is whether it will have our product in it or be an offshore product.

The generic packaging concept has sent the packaging industry reeling with nightmares of what could happen with all products that are alleged to be harmful to our health—such as chocolate bars, potato chips, fatty foods, red meat, alcohol, automobiles—being required to be presented to the public in generic packages.

One I like to refer to, as far as generic packaging not being very effective, is marijuana or cocaine. It comes in a very simple plastic bag. It doesn't have any advertising on it at all. It's being used every day. So that's generic packaging.

The legal considerations related to this issue are enormous. The generic packaging concept adds to the résumé of social engineering measures that are partly to blame for the existence of a black market and tax revolt.

[Translation]

Les emballages neutres entraîneront une augmentation des activités liées à la contrebande et à la contrefaçon. On pourra voir réapparaître sur le marché des produits provenant de sources étrangères. Il sera plus facile de fabriquer des copies de marques, car la contrefaçon des emballages neutres requiert moins de temps, d'effort et d'argent.

Le gouvernement devrait également tenir compte du fait que la réapparition de produits de source étrangère et de produits de contrebande menace l'intégrité et la qualité du tabac garanti par les fabricants reconnus. Cette question en particulier nous préoccupe énormément comme producteurs, monsieur le président. Comme nous l'avons vu la dernière fois, pendant que la contrebande battait son plein, ces activités affectent les producteurs canadiens.

Nous vous demandons également de vous pencher sur une autre répercussion fort négative des emballages neutres: la concurrence entre les fabricants ne pourra porter que sur les prix, puisqu'ils ne pourront plus imprimer leur signe distinctif sur leur paquet. Nous craignons que les fabricants, afin d'offrir un produit à la fois compétitif et économique, n'envisagent de quitter le Canada et d'utiliser du tabac de qualité moindre provenant d'autres régions du monde.

Si l'on remonte deux ans en arrière au moment où l'on a imposé la taxe sur les exportations, cette menace d'un de nos fabricants était très fondée. Il n'est donc pas irréaliste d'envisager des départs possibles.

Cette décision aurait un effet dévastateur sur les producteurs de tabac canadiens et les collectivités où ils sont établis. Des milliers d'emplois seraient perdus. Les gouvernements ne seraient plus en mesure de réglementer les produits du tabac. Les cigarettes fabriquées au Canada seraient détrônées par les cigarettes étrangères.

Comme nous l'avons vu au moment où la contrebande battait son plein, on fabriquait des cigarettes, ou des copies, comme nous le disons plutôt. Les cigarettes fabriquées dans des réserves hors du Canada ressemblaient à de véritables cigarettes. Il serait très simple pour ces gens de refaire surface avec d'autres et de reprendre leurs activités. Comme producteurs, ce qui nous intéresse, c'est de savoir si ces cigarettes contiendront du tabac canadien ou étranger.

La notion de banalisation des paquets de cigarettes a inspiré à l'industrie de l'emballage des idées cauchemardesques: les produits qui nuisent à la santé (tablettes de chocolat, croustilles, aliments gras, viande rouge, alcool, automobiles) devront-ils tous être offerts dans des emballages neutres?

En ce qui concerne l'efficacité limitée des emballages banalisés, j'aime donner l'exemple de la marijuana ou de la cocaïne, vendues dans un sac en plastique très simple qui ne porte absolument aucune publicité et qui sert tous les jours. Ça, c'est de l'emballage générique.

Les considérations juridiques liées à cette question sont très importantes. Le concept des emballages neutres s'ajoute à un ensemble de mesures de sociologie appliquée qui sont partiellement responsables de l'existence d'un marché noir et de la révolte des contribuables.

[Texte]

Why not give the recently announced federal and provincial measures to address smoking and youth a chance? These measures should ensure that in a legal marketplace youth under 18 years of age will have had extremely limited or no access to tobacco products. With fees, new regulations, control policies, and educational programs in place, there is no justification to impose generic packaging or further controls on the tobacco industry.

[Traduction]

Pourquoi ne pas donner une chance aux mesures annoncées par les gouvernements fédéral et provinciaux au sujet du tabagisme et des jeunes? Ces mesures feraient en sorte que les jeunes de moins de 18 ans aient un accès très limité, voire nul, aux produits du tabac. Si l'on met en place des frais, de nouveaux règlements, ainsi que des politiques restrictives et des programmes éducatifs, les emballages neutres et l'imposition de contrôles plus sévères sur l'industrie du tabac se révéleront inutiles.

• 0845

Tobacco producers and their families are hard working, upstanding citizens who wish to go about their business within the legal and proper framework. Not only do we hope to survive the onslaught of puritanical bodies, but we aim to prosper and secure a long-term future for our labour force, our communities, our successors and, of course, ourselves.

We represent 1,500 farm families who provide raw material for a multi-billion dollar industry. Canadian-grown products should be accessible to those Canadians who choose to smoke. Our 1993 crop of 70,000 acres will generate approximately a \$330 million farm gate value to the tobacco-producing communities.

Tobacco producers employ 15,000 to 20,000 seasonal workers whose wages result in an \$81 million yearly input to the local economy. Last year \$15 million was paid to local students for their assistance with the harvesting of our crop. Overall, according to the 1992 Peat Marwick Stevenson & Kellogg economic impact study, there are 50,500 person-years of direct and indirect Canadian employment with the tobacco industry. Generic packaging and over-legislation are threats to these jobs.

We urge you to use common sense and integrity when evaluating the concept of generic packaging. We urge you to interpret the data submitted without the influence of hidden agendas, wishful thinking and pre-judgment. We urge you to keep in mind that time has proven that legislation and interference with the basic rights of citizens, business and industry cannot in the long term win the day.

Les producteurs de tabac et les membres de leur famille sont de bons travailleurs qui ne souhaitent qu'une chose: continuer de travailler en toute légalité. Non seulement souhaitons-nous survivre aux attaques de ces législateurs puritains, mais nous voulons également poursuivre notre croissance et assurer l'avenir à long terme de nos employés, de la collectivité dans laquelle nous vivons et de nos successeurs, aussi bien que notre propre avenir.

Nous représentons 1 500 familles d'agriculteurs qui fournissent la matière première à une industrie dont le chiffre d'affaires est de plusieurs milliards de dollars. Le tabac canadien devrait être accessible aux fumeurs canadiens. Notre récolte de 1993, qui provient de 70 acres, entraînera un revenu d'environ 330 millions de dollars, valeur à partir de la ferme, pour les collectivités qui vivent de la production du tabac.

Les producteurs de tabac emploient de 15 000 à 20 000 travailleurs saisonniers dont les salaires représentent un apport annuel de 81 millions de dollars dans l'économie locale. L'an dernier, on a versé 15 millions de dollars en salaires aux étudiants de la région qui ont travaillé à la récolte. Selon l'étude des répercussions économiques de Peat Marwick Stevenson & Kellogg, on compte 50 500 années-personnes directement ou indirectement reliées à l'industrie canadienne du tabac. La banalisation des paquets de cigarettes et la prolifération de lois inutiles menacent ces emplois.

Nous vous demandons de faire preuve de bon sens et d'impartialité lorsque vous analyserez la possibilité de banaliser les paquets de cigarettes. Nous vous demandons également d'interpréter les données soumises sans être influencés par des intentions cachées, des idées préconçues, ni d'autres éléments subjectifs. Nous vous exhortons à ne pas oublier que l'histoire montre bien que la surréglementation et la manipulation des droits fondamentaux des citoyens, des entreprises et de l'industrie n'assurent pas, à long terme, la victoire aux gouvernements.

Nous vous remercions de cette occasion, monsieur le président.

Le président: Merci. Monsieur de Savoye.

Mr. de Savoye (Portneuf): Thank you, Mr. Chairman.

In your opinion, will plain packaging reduce smoking?

M. Bouw: Je ne crois pas que cela fera une différence.

Mr. de Savoye: If this does not make any difference, how could it threaten jobs in your company, in your industry?

M. Bouw: Je répète que lorsque la contrebande battait son plein, il était très facile d'importer des produits étrangers dissimulés dans des emballages neutres ou différents. Les producteurs se sont battus tellement fort pour faire réduire les

Mr. Chairman, we thank you for this opportunity.

The Chairman: Thank you. Mr. de Savoye.

M. de Savoye (Portneuf): Merci, monsieur le président.

À votre avis, l'empaquetage banalisé va-t-il entraîner ou non une diminution de la consommation?

Mr. Bouw: I don't think it will make a difference.

M. de Savoye: Si ça ne fait aucune différence, comment cela peut-il menacer les emplois dans votre entreprise, dans votre industrie?

Mr. Bouw: As I stated in my comments, when we looked at the last round of smuggling, if you will, it was very easy for offshore products to come into this country under the veil of generic packaging, or different types of packages. Why we as

[Text]

[Translation]

growers fought so aggressively to have taxes rolled back was because a lot of those packages did not contain Canadian product; they contained offshore product. The concept of going to total generic packaging in this country, in our opinion, would enhance that, or re-establish the potential of offshore product, because it would be very, very simple then to copy that type of packaging and we would not have control over the product that would be in those packages.

Mr. de Savoye: Le tabac vendu actuellement en feuilles ne fait pas l'objet d'un empaquetage très élaboré. Est-ce que je me trompe?

Mr. Bouw: Through the structure that we have in the province of Ontario, we are very confident that the tobacco contained in those cigarettes is Ontario or Canadian grown. It would not necessarily be the case with generic packaging, as I said earlier, because of the ease of copying those types of packages and—

Mr. de Savoye: Maybe my question did not get through as I formulated it, so I'll repeat it in English.

• 0850

The tobacco leaves that are sold on the market for people who want to cut their own tobacco and roll their own cigarettes are not packaged very elaborately, are they?

Mr. Bouw: That's correct.

Mr. de Savoye: What's the rate of smuggling on those products?

Mr. Bouw: We know there was some. I can't quantify the amount. We know there was some tobacco smuggled from Zimbabwe for that market.

Mr. de Savoye: But you don't have a figure?

Mr. Bouw: No, sir. It's pretty difficult.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): What is the difference between the Canadian product and that of say Brazil? If Canadian tobacco is being used in Canadian cigarettes, is Brazilian tobacco more hazardous? Does it contain chemicals or additives we don't use within our Canadian product?

Mr. Bouw: Canadian cigarettes contain basically 100% flue-cured Virginia tobacco. American cigarettes contain three different types of tobacco and a lot more additives, from what I understand. I'm not a manufacturer, but from my understanding there are a lot more additives and flavourings in American cigarettes.

The Canadian product is recognized around the world as being probably the most chemical-free tobacco in the world. There are no other tobaccos from other countries in Canadian cigarettes, or a very small proportion of less than 1%, so we have a very clean product.

There is the threat of not having our own tobacco in cigarettes. Obviously there is some concern that if this generic packaging were to happen and offshore people were to mimic that packaging, there would be tobacco other than Canadian tobacco in it. There would be some complications, as I said before, because we are recognized as having the cleanest tobacco worldwide as far as chemical content. If there is a problem with the product, other tobaccos would enhance that rather than using our own Canadian product.

taxes parce que beaucoup de ces paquets de contrebande contenaient du tabac étranger. La banalisation obligatoire au Canada favoriserait une telle situation ou rouvrirait de nouveau le marché aux produits étrangers parce que ce genre d'emballage serait très facile à imiter et que nous n'aurions aucun contrôle sur son contenu.

Mr. de Savoye: Leaf tobacco presently marketed is not sold in a very elaborate packaging. I'm I right?

Mr. Bouw: Grâce à la structure que nous avons mise en place en Ontario, nous savons que le tabac contenu dans les cigarettes qui y sont vendues est un produit ontarien ou canadien. Je répète que ce ne serait pas nécessairement le cas avec l'emballage banalisé, parce que ces paquets sont faciles à imiter et...

Mr. de Savoye: Ma question n'est peut-être pas passée comme je l'ai formulée. Je vais donc la répéter en anglais.

Le tabac en feuilles vendu à ceux qui veulent couper leur tabac et rouler leurs cigarettes n'est pas présenté dans des emballages très élaborés, n'est-ce pas?

Mr. Bouw: En effet

Mr. de Savoye: Quel est le pourcentage de contrebande de ces produits?

Mr. Bouw: Nous savons qu'il y en a eu un peu, mais je ne saurais en préciser l'ampleur. Nous savons qu'il s'est passé du tabac du Zimbabwe en contrebande sur ce marché.

Mr. de Savoye: Vous n'avez pas de chiffres?

Mr. Bouw: Non, monsieur, C'est assez difficile.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): Qu'est-ce qui distingue le produit canadien de celui du Brésil, par exemple? Si l'on utilise du tabac canadien dans des cigarettes canadiennes, le tabac brésilien est-il plus dangereux? Contient-il des produits chimiques ou des additifs que nous n'utilisons pas au Canada?

Mr. Bouw: Les cigarettes canadiennes contiennent essentiellement 100 p. 100 de tabac jaune de Virginie. Les cigarettes américaines contiennent trois types différents de tabacs et beaucoup plus d'additifs, sauf erreur. Je ne suis pas fabricant, mais je crois savoir qu'il y a beaucoup plus d'additifs et d'aromatiseurs dans les cigarettes américaines.

Le tabac canadien est reconnu dans le monde entier comme celui qui contient probablement le moins de produits chimiques. Les cigarettes canadiennes ne contiennent pas de tabac étranger ou en contiennent moins de 1 p. 100. Notre produit est donc très propre.

Il y a le danger que les cigarettes ne contiennent pas notre propre tabac. Si la banalisation devient obligatoire et si ces emballages sont imités à l'étranger, on craint manifestement que les cigarettes canadiennes contiennent du tabac non canadien. Je répète qu'il y aura des complications, parce que notre produit est reconnu comme le plus propre au monde à cause de sa teneur en produits chimiques. Si le produit pose un problème, la présence d'autres tabacs l'aggravera.

[Texte]

Mrs. Ur: You stated packaging made no difference, and I realize you're not in marketing. When some of the companies switched to the slimmer packs and the pastel colours, do you think it made a difference? What is your opinion?

Mr. Bouw: I'm a smoker myself and I have been smoking for a number of years. Since this issue has come up I've thought about that quite a lot and tried to remember when I first started smoking. I don't recall asking for a specific brand or trying to get any specific colour of package. I just tried to get a cigarette and ultimately that's where I started.

Obviously, once you become a smoker you settle into a brand. As I recall, my first puff on a cigarette was somewhere behind the barn. I was probably too young and not supposed to do it. I don't think the brand or colour of the package was an issue; I just wanted a cigarette.

Mrs. Ur: We sit around this table discussing what young people want to smoke or how not to promote smoking. Has the marketing board ever looked at this issue? I know you're in the business to produce the product. Have there been any studies brought forth from the marketing board?

Mr. Bouw: We haven't done any studies as such, but I can tell you we obviously all have families like everybody else. First of all, if you're a tobacco farmer it's not a prerequisite to be a smoker. The percentage of tobacco farmers who smoke is probably no different from any other group of people.

But our kids are just like all other kids. They come home from school and tell their parents they shouldn't smoke. It's no different from any place else. We haven't actually done a study as such, but I would think the pressures are the same in tobacco country as they are here in Ottawa or anywhere else when the kids come home from school and tell their parents they shouldn't smoke.

Mr. Szabo (Mississauga South): If there was evidence that the packaging was an influence on youth, would you support the plain packaging initiative?

• 0855

Mr. Bouw: If something like that could be proven, that is one thing, but as a farmer my concern is that the product I grow is in those packages, not somebody else's product in a plain package. That's my fear.

Mr. Szabo: You didn't answer the question. I want to show you some pictures. This is from the Lindquist Avey MacDonald Baskerville Forensic & Investigative Accountants materials that were circulated to the committee. In there are two pictures; one is counterfeit and one is not. There are pages of them. Some are not even brand names; they just look sort of like... They are tremendous examples of counterfeiting. If they can counterfeit, and have counterfeited these already in the complex packaging of today, what's the difference whether you go to a simpler packaging? It's happening already. The fact that it would be simpler to counterfeit is a non-issue, wouldn't you agree?

Mr. Bouw: No, I don't because some of those counterfeits that you have in there don't necessarily have our product in them anymore. That is our concern. As long as we—

[Traduction]

Mme Ur: Vous avez dit que l'emballage ne faisait aucune différence et je sais que vous ne travaillez pas en marketing. Lorsque certaines sociétés ont adopté les paquets minces et les couleurs pastel, cela a-t-il fait une différence, selon vous?

M. Bouw: Je fume moi-même, depuis des années. Depuis que la question est sur le tapis, j'ai beaucoup réfléchi et j'ai essayé de me rappeler comment j'ai commencé à fumer. Je ne me rappelle pas avoir demandé une marque en particulier ou essayé d'obtenir un paquet d'une couleur donnée. Je voulais tout simplement une cigarette et c'est ainsi que j'ai commencé.

Bien entendu, tout fumeur adopte une marque. Si je me rappelle bien, j'ai fumé ma première cigarette derrière la grange. Probablement que j'étais trop jeune et que je n'étais pas supposé fumer. Je ne crois pas que la marque ou la couleur du paquet aient joué: je voulais simplement fumer.

Mme Ur: Nous sommes en train de discuter de ce que les jeunes veulent fumer ou de nous demander comment éviter la promotion du tabagisme. L'Office de commercialisation a-t-il jamais examiné la question? Je sais que vous êtes producteur. Les offices de commercialisation ont-ils déjà fait des études?

M. Bouw: Non, mais nous avons évidemment des familles comme tout le monde. Tout d'abord, il n'est pas nécessaire de fumer pour produire du tabac. Le pourcentage des fumeurs n'est probablement pas plus élevé chez les producteurs de tabac que dans tout autre groupe.

Nos enfants sont toutefois comme tous les autres. Ils arrivent de l'école en disant à leurs parents qu'ils ne devraient pas fumer. C'est la même chose partout. Nous n'avons pas fait d'étude, mais je pense que les pressions sont les mêmes dans les régions productrices de tabac qu'à Ottawa ou partout ailleurs où les enfants arrivent de l'école et disent à leurs parents qu'ils ne devraient pas fumer.

M. Szabo (Mississauga-Sud): Si l'on pouvait prouver que l'emballage exerce une influence sur les jeunes, appuieriez-vous la banalisation?

M. Bouw: Le prouver, c'est une chose, mais ce qui m'intéresse comme producteur, c'est de savoir que mon produit se retrouve dans ces paquets. Je ne veux pas voir le produit de quelqu'un d'autre dans un emballage neutre et c'est ce que je crains.

M. Szabo: Vous n'avez pas répondu à la question. Je vais vous montrer quelques photos. Celle-ci provient des documents distribués au comité par Lindquist Avey MacDonald Baskerville, juricomptables et enquêteurs. Ces documents contiennent deux photos, une d'un produit contrefait et une d'un produit authentique. Il y en a des pages. Dans certains cas, ce ne sont même pas des marques de commerce. Le paquet ressemble tout simplement... Ce sont d'excellents exemples de contrefaçons. Si les emballages complexes d'aujourd'hui peuvent être contrefaçons, quelle différence cela peut-il faire si vous adoptez ou non un emballage plus simple? La contrefaçon existe déjà. Qu'elle soit plus simple, là n'est pas vraiment la question. Êtes-vous d'accord?

M. Bouw: Non, parce que certaines contrefaçons illustrées dans ces photos ne contiennent pas nécessairement notre produit. Voilà ce qui nous inquiète. Tant que nous...

[Text]

Mr. Szabo: It's not the fact of whether counterfeiting is easier or harder. Counterfeiting can happen whether it is simple or hard. They can counterfeit currency. So what you're really concerned about is your jobs.

Mr. Bouw: Definitely.

Mr. Szabo: Are you generally aware that the consumption of tobacco has been going down steadily in North America over the last 10 years?

Mr. Bouw: Very much so. In 1982 we grew 220 million pounds of tobacco. Now we are growing half of that.

Mr. Szabo: What has the tobacco industry been doing to respond to the declining demand for tobacco products?

Mr. Bouw: In order to survive we have aggressively tried to export tobacco in much bigger volumes than we have in the past.

Mr. Szabo: Do you think that at some point in time the demand for tobacco, say for instance in Canada, would reduce to a level where a very significant portion of the remaining tobacco farmers would have to get out of the tobacco business?

Mr. Bouw: First of all, we've already lost half of our growers in the last 10 years, from 2,600 down to about 1,500. Of actual owners there are 1,200 producing 1,500 units. If the number becomes too small—and I don't know what that number is—I suspect that the manufacturers and processors won't be long in this country.

Ms Fry (Vancouver Centre): It's my understanding that your concern is that your tobacco will not be in these plain packages. Why are you so concerned that your tobacco—other than the obvious reason that you want to produce it and create jobs—be in packages?

Mr. Bouw: For exactly that reason.

Ms Fry: No other reason?

Mr. Bouw: Because of my livelihood and the communities that we live in. In the region we live in this industry supports about 300,000 people. In fact, there's now a study by both levels of government to look at the economic impact of tobacco in those four counties. It is not only the 1,200 farmers, but it is also the infrastructure of those 300,000 people in those four or five counties who rely on this product. So it is much more than the \$330 million farm-gate value; it is the multiplier effect. If you use a multiplier of 5, 6 or 7, that generates an awful lot of dollars.

Ms Fry: I had the feeling quality was an issue for you because you told Mrs. Ur that your tobacco was undiluted and was therefore better. It was specifically cured in the Virginia way, etc.

Mr. Bouw: One of the good sides of living in Canada, as far as tobacco production is concerned, is the cold climate. We are fortunate compared to some of our competitors, the Brazils and Zimbabwes, those who live in a warm climate and have to use a lot more chemicals to control pests; here, they freeze. So we are fortunate that we use a very limited amount of chemicals, and we are recognized for that on a world basis.

[Translation]

M. Szabo: Il ne s'agit pas de savoir si la contrefaçon sera plus facile ou plus difficile. Elle est possible, qu'elle soit simple ou difficile. On peut fabriquer de la fausse monnaie. Donc, ce qui vous intéresse vraiment, ce sont vos emplois.

M. Bouw: Certainement.

M. Szabo: Savez-vous que la consommation de tabac diminue régulièrement en Amérique du Nord depuis 10 ans?

M. Bouw: Parfaitement. En 1982, nous avons produit 220 millions de livres de tabac. Ce chiffre est maintenant tombé de moitié.

M. Szabo: Qu'a fait l'industrie du tabac face à la chute de la demande?

M. Bouw: Afin de survivre, nous n'avons pas ménagé les efforts pour exporter davantage.

M. Szabo: Croyez-vous qu'un jour ou l'autre, la demande de tabac, disons au Canada, par exemple, tombera à un niveau qui obligera un pourcentage très important des producteurs restants à quitter l'industrie?

M. Bouw: Tout d'abord, nous avons déjà perdu la moitié de nos producteurs depuis 10 ans: leur nombre est tombé de 2 600 à 1 500 environ. Les 1 500 unités de production appartiennent en réalité à 1 200 propriétaires environ. Si leur nombre devient trop faible—and je ne connais pas ce chiffre—je suppose que les fabricants et les transformateurs ne resteront pas longtemps au Canada.

Mme Fry (Vancouver-Centre): Si je comprends bien, ce qui vous préoccupe, c'est que ces emballages neutres ne contiennent pas votre tabac. Pourquoi voulez-vous tellement que ces paquets contiennent votre tabac, si ce n'est pour la raison évidente que vous voulez le produire et créer des emplois?

M. Bouw: C'est exactement là la raison.

Mme Fry: Il n'y en a pas d'autre?

M. Bouw: À cause de mon gagne-pain et de celui des collectivités où nous vivons. Dans notre région, l'industrie fait vivre environ 300 000 personnes. En fait, les deux niveaux de gouvernement ont entrepris une étude afin d'analyser les retombées économiques du tabac dans ces quatre comtés. Il ne s'agit pas seulement des 1 200 agriculteurs: il y a aussi l'infrastructure des quelque 300 000 personnes en cause qui comptent sur ce produit dans les quatre ou cinq comtés producteurs. Il y a donc beaucoup plus que la valeur à la ferme de 300 millions de dollars: il ne faut pas oublier l'effet multiplicateur. Si l'on utilise un effet multiplicateur de 5, 6 ou 7, la production entraîne des retombées énormes.

Mme Fry: Je pensais que la qualité était importante pour vous parce que vous avez dit à Mme Ur que votre tabac n'était pas coupé et qu'il était donc meilleur. Il est traité selon la méthode virginienne, etc.

M. Bouw: Pour la production du tabac, le Canada a un avantage notamment: son climat froid. Nous sommes chanceux par rapport à certains de nos concurrents comme le Brésil et le Zimbabwe qui, à cause de leur climat chaud, doivent utiliser beaucoup plus de produits chimiques contre les parasites, qui meurent de froid ici. Nous sommes donc chanceux d'avoir à utiliser très peu de produits chimiques et le monde entier le reconnaît.

[Texte]

Ms Fry: You are concerned about the health risk of pesticides. Is that it?

Mr. Bouw: Yes.

Ms Fry: I just wanted to ask if you are aware that undiluted tobacco without use of pesticides contains benzene, formaldehyde, hydrazine, tar, Toluidine, naphthylamine, amino biphenyl, benzopyrene, quinoline, NNN, NNK, nitrosodimethylamine, cadmium, nickel and polonium-210. That's in undiluted tobacco that has no pesticides in it.

[Traduction]

Mme Fry: Le danger que constituent les pesticides pour la santé vous préoccupe, n'est-ce pas?

M. Bouw: En effet.

Mme Fry: Je voulais simplement vous demander si vous savez que le tabac non dilué et non traité aux pesticides contient du benzène, du formaldéhyde, de l'hydrazine, du goudron, de la naphtylamine, de la biphenylamine, du benzopyrène, de la quinoline, du NNN, du NNK, de la nitrosodiméthylamine, du cadmium, du nickel et du polonium-210. On parle là de tabac non dilué qui ne contient aucun pesticide.

• 0900

Every single one of those things I mentioned is considered pharmacologically to be highly carcinogenic. If you are concerned about the health of people, wouldn't those carcinogenic components within the pure tobacco without pesticides also concern you?

Mr. Bouw: Well, I don't know all those fancy words you just used there.

Ms Fry: They're just a breakdown of plain tobacco.

Mr. Bouw: I assume a lot of those same products are found in a lot of other edibles, things that we eat.

Ms Fry: Actually, they're not.

Mr. Bouw: I don't know that.

Ms Fry: I just thought you might want to know that. If your concern is for the health of Canadians, you might want to consider that pure tobacco is also quite dangerous to the health of Canadians.

The Chairman: I want to thank the witnesses from the Ontario Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board. I call the next group of witnesses from the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board.

Bienvenue, monsieur Ducharme et les représentants de l'Office des producteurs de tabac jaune du Québec.

We have no francophones here at the moment in terms of members of the committee, but we speak both languages—or at least theoretically we do. The system is in both languages, so feel free to speak whichever language you're most comfortable with.

Mr. Ducharme, maybe you could introduce the people with you.

M. Germain Ducharme (président, Office des producteurs de tabac jaune du Québec): Bonjour tout le monde. Je vous présente le vice-président de l'Office des producteurs de tabac jaune du Québec, M. Sylvain Ethier, et un directeur du *board* du Québec, M. Richard Desmarais. Je n'ai pas pu avoir mon secrétaire aujourd'hui parce qu'il est occupé à la production du tabac.

Je vais vous lire une petite présentation qu'on a remodifiée à partir du texte qui vous a été remis au début. Je voudrais l'abord mentionner que l'Office des producteurs de tabac jaune du Québec est un organisme à but non lucratif qui regroupe

Chacune des substances que j'ai mentionnées est considérée comme très cancérogène sur le plan pharmacologique. Si la santé des gens vous préoccupe, les substances cancérogènes que contient le tabac pur sans pesticide ne devraient-elles pas vous préoccuper aussi?

M. Bouw: Je ne connais pas tous ces grands mots que vous venez d'utiliser.

Mme Fry: Ce sont tout simplement des éléments constituants du tabac ordinaire.

M. Bouw: Je suppose qu'on trouve un grand nombre de ces substances dans une foule de produits comestibles.

Mme Fry: En réalité, non.

M. Bouw: Je ne le sais pas.

Mme Fry: J'ai simplement cru que vous voudriez peut-être savoir. Si la santé des Canadiens vous préoccupe, vous voudrez peut-être tenir compte du fait que le tabac pur est aussi très dangereux pour la santé.

Le président: Je remercie les témoins de l'Office de commercialisation du tabac jaune de l'Ontario. Le prochain groupe de témoins représente l'Office des producteurs de tabac jaune du Québec.

I wish to welcome Mr. Ducharme and the representatives of the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers Marketing Board.

Aucun membre francophone du comité n'est présent pour le moment, mais nous parlons les deux langues—du moins en théorie. Le système fonctionne dans les deux langues. N'hésitez donc pas à utiliser celle où vous vous sentez le plus à l'aise.

Monsieur Ducharme, présentez-nous les personnes qui vous accompagnent.

Mr. Germain Ducharme (President, Quebec Flue-Cured Tobacco Growers Marketing Board): Good morning everyone. I would like to introduce to you the vice-president of the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers Marketing Board, Mr. Sylvain Ethier, and a director of the Board, Mr. Richard Desmarais. I could not get my secretary today because he is busy producing tobacco.

I will read to you a short presentation which as been changed compared with the text which was submitted to you at the beginning. I would like first to mention that the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers Marketing Board is a non-profit

[Text]

tous les producteurs de tabac jaune du Québec. Le Québec compte particulièrement 76 fermes qui se partagent une production d'environ huit millions de livres de tabac jaune. Le siège social est à Saint-Thomas-de-Joliette dans le comté de Joliette. La principale fonction de l'Office est la défense des intérêts socio-économiques de ses membres. De plus, en vertu du plan conjoint des producteurs de tabac jaune du Québec, il est l'agent de vente exclusif de tabac jaune produit au Québec.

Considérant que les revenus de nos producteurs sont directement reliés à la vente du tabac qu'ils cultivent, et que la contrebande du tabac affectent ces revenus, c'est en sa qualité de défenseur des intérêts socio-économiques de ses membres que l'Office des producteurs de tabac jaune du Québec présente aujourd'hui sa position au Comité permanent de la santé.

• 0905

Dans les premières années, plusieurs types d'emballage étaient disponibles sur les ventes des différents produits du tabac. Parmi ceux-ci, nous retrouvions des emballages que nous qualifierons de neutres puisqu'ils n'ont pas d'identification précise reliée à la couleur et que le nom des marques n'est pas prédominante sur l'emballage.

Comme exemple, voici un contenant de plastique plastifié, apparu dans les années 1990 et qui est pratiquement uniquement destiné au marché de la contrebande. Vous achetez un paquet de cigarettes de contrebande que vous insérez dans ce contenant plastifié, et le tour est joué. Vous venez de contourner la loi et vous avez un beau paquet plastifié de toutes les couleurs. Dans notre région, au Québec, ça se vend par milliers d'exemplaires.

Au Québec on vend aussi du tabac haché. On compte 17 paqueteurs au Québec dont cinq seulement ont acheté du tabac l'année dernière, tandis que les autres fonctionnent depuis des années sans s'approvisionner officiellement en tabac, ni au Québec ni en Ontario. L'emballage de ce tabac est légal mais je ne pourrais pas vous dire ce qu'il y a à l'intérieur, ni même vous donner la provenance. Toutefois, la banalisation de ces emballages n'a pas eu d'effet sur la consommation de ces produits. En effet, il y a une demande pour ces produits du tabac malgré la banalisation des emballages, sinon nous ne les retrouverions pas sur le marché.

Il faut aussi mentionner que les ventes de tabac en feuilles ont tellement augmenté ces dernières années que le nombre d'acheteurs de tabac au Québec a quadruplé. En conséquence, depuis l'an dernier, Statistique Canada a été obligé de modifier sa méthodologie de compilation de la consommation canadienne des produits du tabac et de prendre en considération les ventes de tabac en feuilles. Cependant, la demande de ces produits n'est pas reliée à un emballage particulier mais bien au prix de vente de ces produits. Spécifions ici que la plupart de ces emballages ont fait leur apparition à une période où les taxes étaient très élevées, et le consommateur recherchait donc un produit à meilleur prix.

Ceci dit, il n'est pas dans les mandats de l'Office de se prononcer d'une façon si large sur les habitudes de consommation. Toutefois, en fonction de nos mandats, le projet de banalisation des produits du tabac nous préoccupe grandement en fonction de son impact important sur la contrebande des produits du tabac et les répercussions que celles-ci ont sur nos membres. Depuis plusieurs années déjà, nous avons multiplié nos interventions auprès des représentants

[Translation]

body representing all producers of flue-cured tobacco in Quebec. There are currently 76 farms in Quebec that together produce some eight million pounds of flue-cured tobacco. The Board headquarters are located in Saint-Thomas-de-Joliette, in the county of Joliette. The Board's main function is to defend its members socio-economic interests. Moreover, pursuant to the joint plan for Quebec producers of flue-cured tobacco, it is the exclusive sale agent for the flue-cured tobacco produced in Quebec.

Because our members' income depend directly on the sale of the tobacco they grow, and because smuggling affects their income, the Board is represented here today in its capacity as defender of its members' socio-economic interests to explain his position to the Standing Committee on Health.

Over the last several years, several types of packaging were available for the sale of various tobacco products. Among those, there were packages which might be called generic since they have no colour identification and brand names are not most prominent.

As an example, here is a plastic container which appeared in the 1990's and is practically designed solely for the smugglers market. You buy a pack of smuggled cigarettes which you insert in the plastic container and there you go. You have just circumvented the law and you have a beautiful multicolored plastic pack. In our area in Quebec, such packages sell by the thousands.

Cut tobacco is also sold in Quebec. There are 17 packers in Quebec five of which only bought tobacco last year, while the others have been operating for years without official tobacco suppliers in Quebec or in Ontario. The packaging of such tobacco is legal but I could not tell you what is inside nor where it comes from. However, plain packaging has had no impact on tobacco consumption. Indeed, such tobacco products are in demand despite plain packaging because these would not be found on the market otherwise.

It should be mentioned also that sales of leaf tobacco have increased so much these last few years that the number of tobacco purchasers has quadrupled in Quebec. That is why last year, Statistics Canada had to change their methodology for gathering data on Canadian consumption of tobacco products and take into consideration the sales of leaf tobacco. However, the demand for such products is not linked to specific packages but rather to the cost. Let us specify here that most of these packages appeared during a period of very high taxes and that the consumer was looking for a cheaper alternative.

That being said the Board does not have a mandate to make such wide-ranging statements on consumer habits. Pursuant to our mandate, the proposal for plain packaging of tobacco products does concern us considerably, however, because of its serious impact on tobacco smuggling and the repercussions that smuggling has on our members. For a number of years now we have been stepping up our approaches to governments and other parties interested in the issues of tobacco taxes and

[Texte]

du gouvernement et des autres intervenants particulièrement intéressés par les questions de taxation des produits du tabac et de contrebande. Ce n'est qu'après de nombreuses interventions et beaucoup d'hésitations que les gouvernements ont enfin décidé d'agir en diminuant les taxes imposées sur la vente des produits du tabac.

À notre avis, la mise en place d'une politique de banalisation des produits du tabac ne fera que diminuer l'impact de ces politiques gouvernementales pour arrêter la contrebande du tabac. Il est vrai que la diminution des taxes a un effet positif très important pour restreindre la contrebande des produits du tabac. Toutefois, les contrebandiers sont à l'affût de toutes les actions gouvernementales qui pourraient leur permettre de reprendre leurs activités. Nous savons que la contrebande des produits du tabac est une activité très lucrative. Il ne faudra donc pas sous-estimer l'intérêt des gens qui se sont enrichis grâce à cette pratique illégale et qui sont prêts à reprendre leurs activités.

D'ailleurs, à ce sujet, je vous dirai simplement que la semaine dernière, lors de contacts avec les acheteurs légaux de tabac en feuilles au Québec, plusieurs m'ont raconté que le tabac de contrebande était toujours disponible, même si la vente en est beaucoup plus difficile en raison de la baisse des taxes. Il faut donc beaucoup de temps pour pouvoir vraiment éliminer la contrebande des produits du tabac.

Avec la banalisation des produits du tabac, il faudra peut-être imposer aux transformateurs de tabac, de n'utiliser que des emballages neutres et peut-être essayer de faire en sorte que ces emballages ne puissent pas être copiés. En effet, si l'emballage des produits du tabac est le plus neutre possible, il est évident que les caractéristiques de cet emballage pourront être facilement imitées et que les contrebandiers auront alors avantage à reprendre leur commerce. Si les emballages sont plus facilement copiés et du fait même de la difficulté à contrôler et vérifier le commerce de ces produits, cette politique sera propice à la reprise de la contrebande.

Pour l'Office des producteurs du tabac jaune du Québec, il est clair que l'on doit absolument éviter de permettre une reprise de la contrebande des produits du tabac. Les producteurs du tabac jaune du Québec ont déjà été assez durement touchés par la contrebande du tabac.

[Traduction]

smuggling. It was only after many representations and much hesitation that the government finally decided to act, by cutting sale taxes on tobacco.

In our opinion, the introduction of plain packaging for tobacco products can only weaken the impact of the government's campaign to stop tobacco smuggling. It is true that lowering taxes has had a very significant positive impact on limiting tobacco smuggling. However, smugglers are always on the look-out for any gesture on the government's part that suggests resuming their illegal activities might be profitable. We all know that tobacco smuggling is a very lucrative business. So we should not underestimate the desire of people who have made money from it to try to do it again.

However, on that subject, I will tell simply that last week, while discussing with legal purchasers of leaf tobacco in Quebec, several of them told me that smuggled tobacco was still available even though sales are much more difficult following the tax cuts. So, a lot of time is required to really eliminate the tobacco smuggling.

Plain packaging might force tobacco processors to use only plain packaging and maybe we should try to make sure that these packages cannot be copied. Indeed, if the packaging is as plain as possible, then obviously it will be easy to imitate and smugglers will have good reasons to begin smuggling again. If the packaging is easier to copy and controls over the sale of tobacco products are harder to enforce, the policy will have given smuggling an inducement to resume.

For the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers Marketing Board, it is clear that a revival of tobacco smuggling must be prevented at all costs. Quebec producers of flue-cured tobacco were hit hard enough by smuggling.

• 0910

Considérant la baisse de fixation utilisée, le producteur québécois a vu ses ventes diminuer et par conséquent une baisse de ses revenus, ces dernières années. De 1987 à 1992, la demande pour la production québécoise a diminué de 47 p. 100. Alors qu'il y avait environ 130 producteurs au début des années 1980, nous ne sommes plus actuellement que 76 producteurs au Québec. Chaque année, les producteurs de tabac jaune du Québec payaient environ 6 à 7 millions de dollars en salaires à des saisonniers, et il est bien évident que la baisse de production a également eu un effet sur le nombre d'emplois offerts dans le secteur. On évalue la perte de ces dernières années à environ 1 000 emplois saisonniers.

À cela, il faut ajouter les pertes économiques de secteur engendrées par la diminution des achats des intrants nécessaires à la production, et des retombées économiques de cette activité agricole.

Considering that the basis for certain production declined, the Quebec producers have seen their sales and, consequently, their income drop over the last few years. From 1987 to 1992, the demand for Quebec's production dropped by 47 percent. While the producers numbered 130 at the beginning of the 1980's, there are only 76 producers left in Quebec. Every year, Quebec flue-cured tobacco producers used to pay between 6 and 7 million dollars in salaries to seasonal workers and it is obvious that this drop in production also had a direct impact on the number of jobs in the sector. The loss of these last few years is estimated at about 1000 seasonal jobs.

To that must be added the sector's economic losses caused by the lowering of purchases of production inputs and the economic benefits of this agricultural activity.

[Text]

La production de tabac au Québec n'est pas seulement une source de revenus pour les producteurs, mais aussi pour toute la communauté. De plus, nos producteurs ont été aussi victimes de harcèlement de la part des acheteurs illégaux de tabac, et de nombreux vols ont été commis directement dans les entrepôts ou dans les séchoirs à tabac des producteurs.

Les baisses de revenus d'emploi, la diminution des retombées économiques et le harcèlement de nos producteurs étaient directement reliés à la contrebande des produits du tabac.

Nous sommes convaincus que la banalisation des produits du tabac n'engendrera pas les effets escomptés sur la consommation, mais nous appréhendons surtout grandement l'effet que cette politique pourrait avoir sur le contrôle de la contrebande des produits du tabac. Nous demandons donc au Comité permanent de la Santé du gouvernement du Canada de rejeter toute politique de banalisation des produits du tabac car son effet ne peut être que néfaste pour les producteurs et productrices du tabac jaune du Québec que nous représentons et les communautés dans lesquelles ils vivent et où il génèrent des activités économiques très importantes.

Je vous remercie beaucoup.

Le président: Merci beaucoup.

Madame Picard.

Mme Picard (Drummond): Bonjour.

Le président: Vous avez des questions?

Mme Picard: Pas de question à ce stade-ci.

Mr. Szabo: Blond or leaf tobacco, what does it look like and who is it sold to?

M. Ducharme: Dans le processus de production du tabac, il y a une étape qui s'appelle le séchage. Après le séchage, le tabac devient jaune et la feuille est complète. Depuis 1991, il y a un nouveau permis fédéral qui s'appelle le permis de paqueteur. Cela permet à une personne d'acheter au producteur des ballots de tabac et de les revendre sans transformation. Donc, c'est une feuille qui est complète, qui est mise en paquets d'une demi-livre, qui est estampillée Canada et c'est revendu tel quel.

Mr. Szabo: Leaf tobacco is a bulk product probably for use by those who will do some after-producing, maybe for specialty products.

You asserted in your brief that this is sold in plain packages, and the market for it has increased steadily. Therefore, plain packaging has no impact.

How can you say that the sale of a bulk product on a wholesale basis is evidence that plain packaging would not work on a retail basis for produced tobacco products?

M. Ducharme: Le problème est qu'il y a 17 personnes qui ont des licences de paqueteurs au Québec actuellement, mais quand vient le moment d'acheter notre tabac, seuls quatre ou cinq de ces paqueteurs achètent leur tabac légalement au Québec. Quant aux autres, on ne sait pas où il prennent leur tabac, mais ce n'est ni au Québec, ni en Ontario. Il y a donc des produits importés au Canada de différentes manières, en provenance de la Jamaïque et même d'autres pays.

[Translation]

Tobacco production in Quebec is a source of income not only for producers, but also for the whole community. Moreover, our producers have also been harassed by illegal tobacco purchasers and several robberies have been committed directly in producers' warehouses or tobacco curing sheds.

Lower employment income, reduced economic benefits and harassment of our producers were linked directly to tobacco smuggling.

We are convinced that plain packaging will not produce the desired effects on consumption but more especially we are very apprehensive about the effect of this policy on controls over tobacco smuggling. We therefore ask the Standing Committee on Health and the government of Canada to reject a plain packaging policy, since its effects could only be harmful to the Quebec producers of flue-cured tobacco whom we represent and the communities in which they live and where they generate considerable economic activities.

Thank you very much.

The Chairman: Thank you very much.

Mrs. Picard.

Mrs. Picard (Drummond): Good morning.

The Chairman: You have questions?

Mrs. Picard: No questions at this stage.

M. Szabo: À quoi ressemble le tabac en feuille et à qui est-il vendu?

M. Ducharme: The tobacco production process includes a stage called curing. Once cured, tobacco becomes yellow and the leaf is whole. Since 1991, there is a new federal license called the packer license. It allows someone to purchase from the producers tobacco bundles for resale without processing. So a whole leaf is bundled in half-pound bundles, stamped Canada and resold as is.

Mr. Szabo: Le tabac en feuille est un produit en vrac probablement destiné à ceux qui le transformeront pour en faire peut-être des produits spécialisés.

Vous avez affirmé dans votre mémoire que le tabac en feuille se vend en emballages neutres et que son marché a augmenté régulièrement. La banalisation n'a donc aucun effet.

Comment peut-on dire que la vente en gros d'un produit en vrac démontre que la banalisation n'aurait aucun effet au niveau du commerce de détail pour les producteurs de tabac?

M. Ducharme: The problem is that Quebec has now 17 packer license holders but that when the time comes to buy our tobacco, only four or five of these packers purchase their tobacco legally in Quebec. It is not known where the others get their tobacco, but it is neither in Quebec nor in Ontario. So products are imported into Canada in various ways from Jamaica and even other countries.

[Texte]

Cependant, ce qui me préoccupe, c'est que ce tabac-là est de très mauvaise qualité, parce qu'il n'y a aucun contrôle de la production du tabac dans certains pays, alors qu'au Canada qui est un des pays les plus sévères pour ce qui est de la production du tabac, on n'utilise aucun herbicide, ni aucun produit chimique pour la production.

Plus au nord, on a un hiver rigoureux et c'est nous qui produisons le tabac le plus propre au monde. La banalisation du produit va avoir pour conséquence que l'on va trouver dans ces paquets-là un tabac de très mauvaise qualité qui va être dix fois plus nocif pour les fumeurs que le tabac canadien.

Mr. Szabo: Let me ask you the same question I asked the prior witnesses. If there was substantive evidence that the packaging of tobacco products does in fact influence young people to start smoking, would you be supportive of the plain paper packaging initiative?

• 0915

M. Ducharme: Quand je reconnaiss un produit, un paquet canadien, je suis sûr qu'à l'intérieur il y a un produit qui est propre. Si vous faites un produit banalisé et que vous le mettez sur le marché, le produit va être facilement imité et je ne suis pas du tout sûr de ce qu'on va retrouver dedans. Je préfère de loin une marque reconnue, avec du tabac produit par nous-mêmes, plutôt qu'un produit banalisé.

Mr. Szabo: Well, Mr. Ducharme, I think we're still not talking about the same thing. Let me make it even simpler. Do you support Canada's strategy to reduce tobacco use, period?

M. Ducharme: Oui.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): Thank you for your presentation. Can I correctly assume that you would support all efforts to decrease the number of smokers in the country and, even more, to prevent teenagers from starting to smoke, even if doing so would mean a decrease in the volume of sales and therefore potential loss of business to you?

M. Ducharme: Moi, je suis pour la liberté du fumeur et je voudrais que le fumeur qui consomme du tabac ait un tabac de la meilleure qualité possible. D'autre part, s'il y a des fumeurs au Canada, j'aimerais pouvoir être le producteur et le fabricant de ce produit.

On peut faire l'effort de réduire la consommation, parce qu'il y a certainement des gens qui fument trop. Je suis d'accord sur le fait de sensibiliser les gens, mais quand quelqu'un a décidé de fumer, il est libre de le faire et je pense qu'il faut respecter son choix. Je voudrais qu'il le fasse en toute liberté, mais je voudrais m'assurer que le produit qu'il consomme est le plus propre que je puisse lui offrir.

Mr. Pagtakhan: Of course, you declined to answer the question specifically and, of course, that is also your freedom. But you are also aware that there is no such thing as absolute freedom and that even an actual infringement on individual rights under the Canadian Constitution could be limited and infringed upon based on a common public good. Do you believe in that constitutional principle?

M. Ducharme: Je dis que si le produit est légal, je ne vois pas pourquoi le fumeur ne serait pas libre de le fumer en toute liberté. Les gouvernements peuvent faire de la sensibilisation mais si le produit est légal au Canada, il faut que le consommateur soit libre de le fumer, peut-être pas n'importe où, je suis d'accord, mais qu'il soit libre de fumer et qu'il ait un bon produit entre les mains.

[Traduction]

However, what concerns me is that such tobacco is of a very poor quality because some countries do not control tobacco production at all while in Canada, which is one of the most strict countries as far as tobacco production is concerned, producers use no herbicide and no chemicals.

Since we are up North, our winters are more severe and we produce the cleanest tobacco in the world. The impact of plain packaging will be that the packages will contain tobacco of a very low quality which will be ten times more harmful to smokers than Canadian tobacco.

M. Szabo: Je vais vous poser la même question qu'aux témoins précédents. Si l'on démontrait que l'emballage des produits du tabac incite en fait les jeunes à commencer à fumer, appuieriez-vous le projet de banalisation?

M. Ducharme: When I recognize a product, a Canadian package, I am sure that the product inside is clean. With plain packaging, the marketed product is easy to copy and I am not at all sure of what its content will be. I really prefer a known brand containing tobacco we produce ourselves rather than a product in a plain package.

M. Szabo: Nous ne parlons toujours pas de la même chose, monsieur Ducharme. Laissez-moi simplifier encore davantage. Appuyez-vous la stratégie anti-tabac du Canada?

M. Ducharme: Yes.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Merci de votre exposé. Ai-je raison de supposer que vous appuieriez tous les efforts de réduction du tabagisme au Canada et, encore plus, de prévention chez les jeunes, même si vos ventes et, par conséquent, votre chiffre d'affaires, doivent diminuer?

M. Ducharme: Personally, I am for smokers freedom and I want smokers to get tobacco products of the best quality possible. On the other hand, if there are smokers in Canada, I would like to produce and manufacture their product.

We can try to reduce tobacco consumption because some people do smoke too much. I agree with the fact that people must be made aware but when someone has decided to smoke, that person is free to do so and I think that such choice must be respected. I would like the smoker to smoke freely but I would like to make sure that the product used by the smoker is the cleanest possible.

Mr. Pagtakhan: Vous avez, bien entendu, évité de répondre précisément à la question, ce dont vous avez aussi le choix. Or, vous savez aussi que la liberté absolue n'existe pas et que même un empiétement réel sur les droits que la constitution canadienne accorde à l'individu pourrait être limité et fondé sur le bien commun. Croyez-vous à ce principe constitutionnel?

M. Ducharme: I say that if the product is legal, I do not see why the smoker should not be totally free to smoke. Governments may launch awareness campaigns but if the product is legal in Canada, the consumer must be free to smoke, maybe not anywhere, I agree, but he must be free to smoke and should have a good product.

[Text]

Mr. Pagtakhan: Perhaps I can put my question the other way around now. Can I assume, then, that you will now support every measure that we believe—when we come to that conclusion—would help decrease consumption of tobacco and prevent the starting of smoking among teenagers? Can I assume that?

M. Ducharme: Non, ce ne sont pas tous les efforts, bien sûr, ce sont seulement les efforts qui vont sensibiliser directement le consommateur. Mais pour ce qui est de la banalisation du produit du tabac, et des taxations excessives, je ne serai jamais favorable à ces mesures qui ne sont pas une bonne façon de convaincre les gens de diminuer leur consommation.

Offrir ces produits légalement sur le marché, puis essayer d'écraser de taxes le consommateur de cigarettes pour essayer de le convaincre de diminuer sa consommation, ce n'est pas la bonne façon de faire. Je suis convaincu que c'est la sensibilisation sociale qui va aider le monde.

Mr. Pagtakhan: Okay. You indicated it has nothing to do—and I am not so clear about what you are hinting at there. If I could infer from that response there is no evidence, can I pose the question to you that where evidence does exist to support a particular measure as being an effective tool in decreasing the consumption of cigarettes and preventing the starting of a habit, would you support such a measure?

• 0920

M. Ducharme: Ce que vous trouvez valable et ce que nous, sur le terrain, trouvons valable est parfois différent. Ce qui est valable pour les producteurs n'est pas forcément valable pour les dirigeants et parfois on a des idées complètement opposées.

Je pense personnellement que ce qui est valable, c'est une sensibilisation sociale, c'est tout. Mettre des taxes, mettre toutes sortes de choses comme les banalisations, c'est complètement inutile. On est en 1994, et les gens sont responsables. Quand ils sont bien informés, ils prennent des décisions, et ensuite ils agissent. On ne peut pas, en 1994, leur imposer des taxes excessives, des banalisations, et leur imposer toutes ces choses qui ne feraient que les harceler, autrement dit.

Mr. Pagtakhan: Thank you, Mr. Chairman.

Ms Bridgman (Surrey North): I'd like to get back to the packaging and the quality of the product that's in the package. I understand that you're saying that there are different standards of tobacco. Assuming that all tobacco is not good for us, even among those that are on the markets, there are some that are less harmful than others. Am I correct in assuming that if we were to go to plain packaging, it would be much more difficult to tell which brand or which package has less chemicals? When we look at some of the very predominant brands, we can assume that they're better for us than the non-brand names. Is that what I'm hearing, that there different qualities of tobacco, and plain packaging would take away that control?

M. Ducharme: Quand vous avez un paquet de produits canadiens, il est facile d'aller contrôler la qualité et l'état du tabac auprès des manufacturiers car ils sont installés au Québec ou en Ontario. Tandis que quand vous achetez un produit

[Translation]

M. Pagtakhan: Je peux peut-être poser ma question autrement. Est-ce que je peux supposer alors que vous appuierez maintenant toutes les mesures qui, selon nous—lorsque nous en viendrons à cette conclusion—aideront à réduire le tabagisme et empêcheront les adolescents commencer à fumer? Est-ce que je peux tirer cette conclusion?

Mr. Ducharme: No, these are not all the efforts, of course, these are only efforts aimed at direct consumer awareness. As far as plain packaging of tobacco products and excess taxation are concerned, I will never be in favour of these measures which are not a good way to convince people to reduce their consumption.

Legally marketing these products and then trying to smother the smokers with taxes in order to try and convince them to reduce their consumption is not the proper way to go. I am convinced that social awareness will help people.

Mr. Pagtakhan: Très bien. Vous avez dit que cela n'a rien à voir—and je ne sais pas trop ce que vous voulez dire ici. Si je peux conclure de cette réponse qu'il n'y a aucune preuve, je vais alors vous poser la question suivante: si des preuves démontrent qu'une mesure en particulier réussit à réduire le tabagisme et à empêcher de commencer à fumer, l'appuierez-vous?

Mr. Ducharme: What do you find valid and what we, on the field, find valid sometimes differ. What is valid for producers is not necessarily valid for decision-makers and sometimes our positions are completely opposite.

Personally, I think that social awareness is valid, that's all. Taxes and all kinds of measures such as plain packaging are completely useless. We live in 1994 and people are responsible. When they are informed, they make decisions and then they act. In 1994, excess taxes, plain packaging and all kinds of measures which are only harassing them cannot be forced upon them, in other words.

Mr. Pagtakhan: Merci, monsieur le président.

Mme Bridgman (Surrey-Nord): Je reviens à l'emballage et à son contenu. Si je comprends bien, vous dites qu'il y a différentes catégories de tabac. Si l'on suppose que tout tabac est nocif, même parmi les tabacs qu'on trouve sur le marché, il y en a qui le sont moins que d'autres. Ai-je raison de croire que si la banalisation devient obligatoire, il sera beaucoup plus difficile de dire quelle marque ou quel paquet contient moins de produits chimiques? Lorsqu'on jette un coup d'œil sur certaines des principales marques, on peut supposer qu'elles sont moins nocives que les marques anonymes. Est-ce bien ce que j'ai entendu, soit qu'il y a différentes qualités de tabac et que la banalisation ferait disparaître ces mesures de contrôle?

Mr. Ducharme: When you have a package of Canadian products, tobacco quality and condition are easy to control with manufacturers since they are operating in Quebec or Ontario. On the other hand, when you purchase a plain package from

[Texte]

banalisé, s'il vient de la Jamaïque ou du Zimbabwe où ils utilisent encore du D.D.T. pour détruire les insectes, c'est un produit de mauvaise qualité. Je dois dire qu'au Canada, le D.D.T. est un produit qui est banni depuis des années.

Ici, Agriculture Canada est très sévère sur les produits utilisés dans la culture du tabac. Ils sont beaucoup moins sévères aux États-Unis, et ils ne sont pas du tout sévères au Zimbabwe ou au Brésil, entre autres, parce qu'il n'y a pas de contrôle. Donc, ce qui m'inquiète, c'est de retrouver dans ces paquets, du tabac qui viendraient avec du D.D.T. ou des choses comme ça qui seraient encore beaucoup plus dangereuses.

Ici, au Québec, on a l'avantage d'avoir un climat nordique et une foule d'autres avantages. En France, seulement, il faut trois ans de rotation avant de revenir à la même place pour cultiver le tabac, car il y a trop de maladies de sol. Au États-Unis aussi, dans le sud c'est la même chose. Il doivent faire trois ou quatre ans de rotation pour revenir au même terrain, parce qu'ils ont trop de maladies de sol. Il faut alors utiliser trop de fongicides, de pesticides et d'herbicides pour réussir à produire. Donc, on retrouve tous ces poisons là-dedans. Nous, nous n'utilisons pas tout ça.

Ms Bridgman: The way the package is now, if I buy a Canadian package, I know I'm getting better quality than if I buy something that is not Canadian packaged. If we were to change that and all packaging was the same, I would not know what kind of...? Is that a good premise?

M. Ducharme: Exactement, parce que si on prétend que c'est un produit du Québec mais que ce n'est pas un acheteur du Québec, alors je peux me demander ce qu'il y a dans le paquet. À partir de ça, toutes les possibilités sont permises.

Ms Bridgman: Thank you.

The Chairman: We thank our witnesses from the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board.

Merci beaucoup monsieur Ducharme et vos amis.

Next, the Canadian Lung Association. We'll take a moment for the transition.

• 0924

• 0931

The Chairman: All right, we are resuming the hearing. We have with us several people from the Canadian Lung Association. I welcome them and I'll ask them to introduce themselves in a moment.

First, just let me say to them and all others that the House of Commons is a bilingual institution. We come here to represent Canadians, both English and French, and whether individually we speak both these languages is beside the point. We like to have national organizations that purport to be national organizations deal with us in both languages, particularly when they're requested to do so well ahead of time. So my apologies on behalf of the Canadian Lung Association to my francophone friends for not having a brief available in French.

[Traduction]

Jamaica or Zimbabwe where DDT is still used as a pesticide, the quality is poor. I must point out that DDT has been prohibited in Canada for several years now.

Here, Agriculture Canada is very strict as far as products used in tobacco growing are concerned. The United States are much less strict and Zimbabwe or Brazil among others are not severe at all because there is no control. What concerns me is finding in such packages tobacco containing DDT or such chemicals which might be still more dangerous.

Here in Quebec, our northern climate is one of several advantages. In France, they must go through a three year cycle before growing tobacco again on the same plot of land because there are too many soil diseases. It is the same in southern United States. Producers must follow a three or four year cycle before using again the same plot of land because there are too many soil diseases. They must use too much fungicides, pesticides and herbicides to produce. Consequently, their products contain all these poisons which we don't use at all.

Mme Bridgman: Actuellement, si j'achète un paquet canadien, je sais que j'obtiens une meilleure qualité qu'un produit non emballé au Canada. Si la situation change et si tous les paquets sont identiques, je ne saurais pas quel genre... Ai-je raison?

M. Ducharme: Exactly, because if it is alleged that it is a Quebec product but the buyer is not from Quebec, then I may worry about the content of the packages. From then on, anything is possible.

Mme Bridgman: Merci.

Le président: Nous remercions nos témoins de l'Office des producteurs de tabac jaune du Québec.

Thank you very much, Mr. Ducharme and friends.

Nous accueillons ensuite les représentants de l'Association pulmonaire du Canada. Nous allons faire une brève pause.

Le président: Très bien, nous reprenons la séance. Nous accueillons plusieurs représentants de l'Association pulmonaire du Canada. Je leur souhaite la bienvenue et je leur demanderai de se présenter dans un instant.

Je veux tout d'abord leur dire, à eux et à tous les autres témoins, que la Chambre des communes est une institution bilingue. Nous représentons ici les Canadiens tant anglophones que francophones et peu importe que nous parlions ces deux langues. Nous aimons voir les organisations nationales qui se prétendent nationales traiter avec nous dans les deux langues, particulièrement lorsqu'on les prévoit longtemps d'avance. Au nom de l'Association pulmonaire du Canada, je m'excuse donc auprès de mes amis francophones de ne pas avoir de mémoire disponible en français.

[Text]

My inclination is to cancel the appearance—we've done it before—but given that we have a schedule to keep as well, we will proceed with the appearance from the Canadian Lung Association despite the fact that we don't have a brief in French. Again, my apologies to my francophone friends for that.

Dr. Peter MacLeod (National Volunteer President, Canadian Lung Association): Thank you, Mr. Chairman and hon. members. I, too, apologize for not having a brief in both languages.

My name is Dr. Peter MacLeod. I'm the national volunteer president of the Canadian Lung Association. I have with me Mr. Ron Jetty, the lung association's director of communications, and Mr. Steven Woodward, a special guest from the United Kingdom's Action on Smoking and Health. I will invite him to speak in a few minutes.

We're bringing to you today, Mr. Chairman, a different perspective through Mr. Woodward, a look at Canada from the outside. This is an important reason for being here. However, I'd also like to request your indulgence in accepting a written consensus of reaction to the many questions given the pro-health groups you've been listening to on the problems of the marketing of plain cigarette packages. It may well answer a lot of questions that have been raised in the past. It summarizes the answers of many different health groups.

The lung association in Canada, Mr. Chairman, is one of Canada's oldest volunteer agencies. We're committed to improving the lung health of Canadians. In tobacco control we provide services at the local level, including smoking cessation programs and prevention programs. We believe in public education.

We also think that a most effective means of public education is in plain packaging. Can you imagine the opportunity given to us to present a message on plain packages to smokers telling them much more specifically than we've been able to with our current health warnings? Perhaps that could be circulated to the members of the committee just to inspect the impact of a health message that could be put on plain packaging.

Before introducing Mr. Woodward, I'd like to make a couple of brief points to counter some of the tobacco industry's arguments.

Advertising attracts new customers, whatever the product, and tobacco is no different. Once the smoker is addicted and committed to smoking, the packaging is much less important.

It's the children—the pre-teens and the teenagers—who are particularly influenced by the packaging. They're the ones who are going to provide the ongoing market for the tobacco company. If we introduce plain packaging we will have a significant impact on kids starting to smoke.

Politicians when they run for office don't just look at the people who voted before. They're looking at the new voters, the people who are just trying to make up their minds about who to vote for and what they stand for.

[Translation]

Je serais enclin à annuler le témoignage—nous l'avons déjà fait—mais comme nous avons aussi un horaire à suivre, nous allons entendre l'Association pulmonaire du Canada même si nous n'avons pas de mémoire en français. Je m'excuse de nouveau auprès de mes amis francophones.

Dr Peter MacLeod (président national, Association pulmonaire du Canada): Merci, monsieur le président et membres du comité. Je vous prie aussi de m'excuser de ne pas avoir de mémoire dans les deux langues.

J suis le Dr Peter MacLeod, président national bénévole de l'Association pulmonaire du Canada. M'accompagnent ce matin M. Ron Jetty, directeur des communications de l'association et M. Steven Woodward, invité spécial d'Action du tabac sur la santé de Grande-Bretagne. Je lui demanderai de parler dans quelques minutes.

Nous vous présenterons aujourd'hui, monsieur le président, une perspective différente, un coup d'œil sur le Canada vu de l'extérieur, par l'entremise de M. Woodward. C'est une importante raison de venir témoigner. Je vous demande aussi votre indulgence et d'accepter un consensus écrit à la suite des nombreuses questions remises aux groupes pro-santé que vous avez entendus au sujet des problèmes de commercialisation de paquets de cigarettes banalisés. Cela pourrait très bien répondre à une foule de questions déjà soulevées et résumer les réponses de nombreux groupes de santé différents.

L'Association pulmonaire du Canada, monsieur le président, est un des organismes bénévoles les plus anciens du pays. Nous sommes voués à l'amélioration de la santé pulmonaire des Canadiens. Dans la lutte contre le tabac, nous fournissons des services au niveau local, y compris des programmes d'abandon du tabac et de prévention. Nous croyons à l'éducation du public.

Nous croyons aussi que la banalisation est un moyen des plus efficaces pour éduquer le public. Pouvez-vous imaginer l'occasion qui nous est offerte de faire passer aux fumeurs, grâce aux emballages banalisés, un message beaucoup plus précis que celui que nous avons pu leur communiquer à l'aide de nos avertissements actuels sur la santé? Vous pourrez peut-être faire circuler ce document parmi les membres du comité pour qu'ils puissent analyser l'impact d'un message que l'on pourrait imprimer sur les emballages banalisés.

Avant de présenter M. Woodward, j'ai quelques brefs points à faire valoir afin de contrer certains arguments de l'industrie du tabac.

La publicité attire de nouveaux clients, peu importe le produit, et le tabac n'est pas différent. Lorsque le fumeur est accroché, l'emballage a beaucoup moins d'importance.

• 0935

L'emballage influence surtout les enfants—les préadolescents et les adolescents. Ce sont eux qui maintiendront le marché des sociétés de tabac. La banalisation aura un effet important sur les jeunes qui veulent commencer à fumer.

Lorsqu'ils veulent se faire élire, les politiciens ne se contentent pas de chercher les électeurs qui ont déjà voté. Ils en cherchent aussi de nouveaux, des gens qui essaient de décider pour qui voter et ce que défendent les candidats.

[Texte]

I would think the tobacco company is no different. The tobacco marketing policies are also out to attract new smokers. Attractive packaging is very important to them. I'm sure that's why there's such opposition to this proposal.

There are 33 Canadian companies dealing with package design. I have a list of them here. If the tobacco industry is right in saying packaging design doesn't sell products, why are there 33 Canadian companies devoted to this issue?

The other point is jobs over lives arguments have been getting a lot of publicity during these hearings. We think this is really a front by the tobacco lobby. We also think the health of Canadians is by far more important than the jobs that will be affected as Canada becomes a non-smoking nation.

We believe there is enough intelligence and creativity among the farmers and the packaging industries who might be affected by this that they can undoubtedly adapt their technologies to other healthy products.

There's no reason to think plain packaging shouldn't use the same sophisticated processes and inks currently used in packaging to protect their product and to create—if I can use this oxymoron—good tobacco. That would ensure job security for those in the packaging business.

I'd now like to introduce Mr. Steven Woodward. Mr. Woodward is currently the deputy director of Action on Smoking and Health in the United Kingdom. He's the former executive director of Action on Smoking and Health in Australia and has been involved in all major tobacco control campaigns that have occurred in Australia in the last twelve years. He's also the co-chair of the International Union Against Cancer's South Asia-Western Pacific Tobacco Control Project. He can look at Canada from the outside and give us a feeling for the international perspective.

Mr. Woodward.

Mr. Steven Woodward (Director, United Kingdom's Action on Smoking and Health): Thank you.

Good morning and thank you for hearing evidence from me this morning. I indeed apologize for the lateness of my submission, particularly, Mr. Chair, because it was not presented in both English and French. You will see from the letterhead of my submission that the organization of which I am a co-chairman of a particular project is in fact a French-and English-speaking organization. There is no reason I should not have submitted it in accordance with what you requested.

I am working rather hard at the moment to introduce and pass a bill to ban tobacco advertising in the United Kingdom. The bill will have its report and third reading on Friday of this week. For those of you who went through the process here in Canada many years ago, you can imagine what things are like at the moment.

By way of commencing my submission I would like to draw to your attention as the first exhibit, which is under the blue card, a copy of a full-page advertisement that has been published in U.K. newspapers in support of the bill to ban

[Traduction]

Une société de tabac n'est pas différente. Les politiques de commercialisation du tabac visent aussi à attirer de nouveaux fumeurs. Un paquet attrayant est très important pour eux. Je suis persuadé que c'est pourquoi la proposition à l'étude soulève tellement d'opposition.

Il y a 33 entreprises canadiennes qui s'occupent de conception d'emballages. J'en ai une liste ici. Si l'industrie du tabac a raison de dire que ce n'est pas l'emballage qui vend, pourquoi y a-t-il 33 entreprises canadiennes qui oeuvrent dans ce secteur d'activité?

Mon autre point est le suivant: les arguments qui favorisent l'emploi plutôt que la vie ont attiré beaucoup de publicité au cours des audiences. Nous sommes d'avis qu'il s'agit en réalité d'une façade du lobby du tabac. Nous croyons aussi que la santé des Canadiens est beaucoup plus importante que les emplois qui sont affectés par le recul du tabagisme au Canada.

Nous sommes persuadés que les agriculteurs et les industries de l'emballage qui pourraient être affectés par une telle décision sont assez intelligents et créatifs pour adapter leurs technologies à d'autres produits sains.

Rien ne porte à croire que la banalisation ne devrait pas utiliser les mêmes encres et procédés complexes qu'on utilise actuellement pour protéger les produits et fabriquer—si vous me permettez cet oxymoron—de bons produits du tabac. Cela garantirait l'emploi des travailleurs de l'industrie de l'emballage.

Je vous présente maintenant M. Steven Woodward, directeur adjoint d'Action du tabac sur la santé au Royaume-Uni. Il a déjà été directeur général d'Action du tabac sur la santé en Australie et a participé à toutes les grandes campagnes anti-tabac des douze dernières années en Australie. Il est aussi coprésident du projet anti-tabac du Sud asiatique et de l'ouest du Pacifique de l'Union internationale contre le cancer. Il peut regarder le Canada de l'extérieur et nous donner une idée de la perspective internationale.

Monsieur Woodward.

M. Steven Woodward (directeur adjoint, Action du tabac sur la santé, Grande-Bretagne, Association pulmonaire du Canada): Merci beaucoup.

Bonjour et merci de m'entendre ce matin. Je vous prie en effet de m'excuser d'avoir tardé à présenter mon mémoire, monsieur le président, surtout de ne pas l'avoir présenté dans les deux langues. Vous verrez par le papier à en-tête de ma communication que l'organisation dont je copréside un projet en particulier est en fait de langue française et de langue anglaise. Je n'ai aucune raison de ne pas avoir présenté ma communication comme vous l'aviez demandé.

Je ne ménage pas les efforts actuellement pour faire présenter et adopter un projet de loi afin d'interdire la publicité sur le tabac au Royaume-Uni. Les étapes du rapport et de la troisième lecture du projet de loi se dérouleront vendredi de cette semaine. Ceux d'entre vous qui ont vécu l'exercice au Canada il y a de très nombreuses années peuvent s'imaginer ce qui se passe en ce moment.

Pour commencer mon exposé, j'attire votre attention sur la première pièce qui se trouve sous le carton bleu: il s'agit d'une copie d'une annonce pleine page publiée dans les journaux du Royaume-Uni pour appuyer le projet de loi visant à interdire la

[Text]

[Translation]

tobacco advertising. This advertisement is endorsed by the major medical, scientific and community organizations supporting the ban on tobacco advertising. You will note quite clearly from the headline that Canada is being singled out as an example. Canada is being demonstrated to the people of the United Kingdom as the way to go. It is this theme that I would like to have flowing through my presentation today—the importance of the international example that Canada has played and will play.

• 0940

Canada is unquestionably leading the world in tobacco control. Where Canada goes, the world will follow. Over the past few months members of the House of Commons in the United Kingdom have been increasingly made aware of what is happening in Canada.

The expert report commissioned by the Department of Health in the United Kingdom, the Smee Report, refers to the fall in tobacco consumption that has occurred here in Canada following the ban on tobacco advertising.

The United Kingdom Health Committee of the House of Commons, the very same committee as this one, also refers to and relies upon the example of Canada in showing how to reduce tobacco consumption.

Apart from the lessons learned from Canada that have been applied to the United Kingdom, there are a number of other countries that are learning from Canada and applying the lessons you are able to teach the world.

In my role as co-chairman of the International Union Against Cancer's Tobacco Program for South Asia and the Western Pacific, I have been working extensively in Fiji. I draw to your attention under the pink card a letter from Dr. Jimioni Samisoni to the Australian press about health warnings on Fijian cigarette packets. Dr. Samisoni was lamenting the fact that Fijian cigarette packs—and I have an example here—do not have a clear and unambiguous health warning, whereas the Australian cigarette packs do. Dr. Samisoni was lamenting that there are people in some countries who are better protected from the health dangers of smoking by way of what appears on the cigarette packets than the people in Fiji.

Under the orange card, I am presenting to you a page from a submission Dr. Samisoni is preparing where he draws upon the Canadian experience of the bilingual health warnings. This is something Canada is teaching the world, that health warnings on cigarette packs should not just be in one language if there is more than one language spoken in the country.

Under the yellow card, I have some crude examples of health warnings in English and Fijian on these mock-up packets of cigarettes.

This important lesson is being learned from Canada and is being applied internationally.

Hopefully, the proposals in Fiji will also include the Indian language, which is the third predominant language spoken in Fiji.

Fiji is not the only nation to benefit by the example of another. I have here a packet of Winfield cigarettes—and under the green card, a photocopy of that packet of Winfield cigarettes—which is sold in the small Pacific island nations of Vanuatu, Kiribati, and a number of other nations.

publicité sur le tabac. Cette annonce a reçu l'aval des principales organisations médicales, scientifiques et communautaires qui appuient l'interdiction de la publicité sur le tabac. Vous constaterez clairement d'après le titre que le Canada sert d'exemple. On cite le Canada en exemple à la population du Royaume-Uni. Mon exposé d'aujourd'hui sera marqué par le thème de l'importance de l'exemple que donne et donnera le Canada sur la scène internationale.

Le Canada est sans aucun doute le chef de file mondial dans la lutte antitabac. Le monde suit son exemple. Depuis quelques mois, on sensibilise de plus en plus les députés de la Chambre des communes du Royaume-Uni à ce qui se passe au Canada.

Dans le rapport Smee, rapport d'experts commandé par le ministère de la Santé du Royaume-Uni, il est question de la chute de la consommation de tabac qu'a entraînée au Canada l'interdiction de la publicité sur le tabac.

Le Comité de la santé de la Chambre des communes du Royaume-Uni, soit votre homologue, suit aussi l'exemple du Canada dans la lutte contre le tabagisme.

Outre les leçons que le Royaume-Uni a apprises du Canada et appliquées, d'autres pays s'inspirent du Canada et mettent en oeuvre les leçons que vous pouvez donner au monde.

Comme coprésident du Programme antitabac pour le Sud asiatique et l'ouest du Pacifique de l'Union internationale contre le cancer, j'ai beaucoup travaillé à Fidji. J'attire votre attention, sous l'onglet rose, sur une lettre que le Dr Jimioni Samisoni adressait à la presse australienne au sujet des avertissements relatifs à la santé imprimés sur les paquets de cigarettes fidjiens. Le Dr Samisoni déplorait que les paquets de cigarettes fidjiens—and j'en ai un ici—ne portent pas d'avertissements clairs et sans ambiguïté sur la santé, contrairement aux paquets de cigarettes australiens. Le Dr Samisoni déplorait que les avertissements imprimés sur les paquets de cigarettes protègent mieux les gens de certains pays que la population de Fidji contre les dangers du tabac.

Sous le carton orange, je vous présente une page d'une communication que prépare le Dr Samisoni, où il s'inspire de l'expérience canadienne des avertissements bilingues. Le Canada apprend au monde que les avertissements sur la santé imprimés sur les paquets de cigarettes ne doivent pas être publiés dans une langue seulement lorsque l'on parle plus d'une langue dans le pays en cause.

Sous le carton jaune, je vous présente quelques exemples grossiers d'avertissements sur la santé imprimés en anglais et en fidjien sur ces maquettes de paquets de cigarettes.

Cette leçon importante qu'on apprend du Canada est en train d'être appliquée sur la scène internationale.

Nous espérons que les propositions avancées à Fidji comporteront aussi la langue indienne, troisième langue en importance à Fidji.

Fidji n'est pas le seul pays à s'inspirer de l'exemple d'un autre. J'ai ici un paquet de cigarettes Winfield—and, sous le carton vert, une photocopie du paquet de cigarettes Winfield en question—who se vend dans les petits pays insulaires du Pacifique comme Vanuatu et Kitabas, notamment.

[Texte]

This packet of cigarettes bears no health warning whatsoever, and, to my shame, this packet of cigarettes is made in Australia. This packet was made in Australia and exported to our near-Pacific neighbours without any health warning whatsoever, whereas in Australia the cigarette packs are compelled by law to bear a specific health warning. This is an example of the very sharp practice undertaken by the international tobacco industry, which is also represented in Canada. They will go to every extent to keep from people the health dangers of smoking.

[Traduction]

Ce paquet de cigarettes, qui ne porte absolument aucun avertissement sur la santé est, à ma grande honte, fabriqué en Australie et exporté à nos voisins du Pacifique sans porter aucun avertissement sur la santé, tandis qu'en Australie, la loi oblige à imprimer sur les paquets de cigarettes un avertissement précis au sujet de la santé. Voilà un exemple des pratiques très astucieuses auxquelles se livre l'industrie internationale du tabac, qui est représentée aussi au Canada. Elle fera tout ce qu'elle peut pour faire oublier aux gens les dangers du tabagisme pour la santé.

• 0945

Plain packaging strips them of their last available vehicle to disguise messages about the health dangers on attractive cigarette packs.

Tobacco companies fear plain packaging being introduced in Canada, not only because of the benefit that it will bring to Canadians by reducing tobacco consumption but primarily because it will spread elsewhere in the world. As your bilingual health warnings are spreading elsewhere in the world, as your tobacco advertising bans are spreading elsewhere in the world, so will plain packaging, if you accept it.

The views of the Canadian Lung Association, the Canadian Cancer Society, the medical organizations that are presenting submissions to you, are mutually exclusive from the views of the tobacco industry. They cannot be reconciled. The two groups are fundamentally pursuing a different course.

What is important for Canada and for the rest of the world is what hand you come down on. If you come down on the hand of those agencies that seek to protect health, then your action will not only benefit Canada but it will also benefit the rest of the world.

Countries will follow Canada, because Canada is seen internationally as being fair and reasonable. It is a country that is democratic and forward thinking. It is not driven by blinkered ideology. Australians recognize this, Fijians recognize this, and the rest of the world recognizes this.

In closing—I saw the hammer in the chair's hand—

The Chairman: The reason is very simple. If you talk all the time we can't get to ask any questions. You have half an hour and you've used two-thirds of it already.

Mr. Woodward: I'm happy to stop my submission.

The Chairman: You were right. You were seeing the hammer. Go ahead.

Mr. Woodward: I briefly wanted to say that we have seen extensive lobbying by the tobacco industry in Australia to prevent the adoption of plain packaging, which was recommended in the Australian report. This lobbying took on three lines. First, there was lobbying at the level of a state premier who was favourable to the views of the tobacco industry, and with one state standing out it was difficult for the country to go as a whole.

Second, legal proceedings were instituted in the Supreme Court of Victoria against the researchers of this report alleging that it was misleading and deceptive. Those proceedings were not carried on with the tobacco industry and were withdrawn.

La banalisation leur enlève leur dernier moyen de dissimuler, sur un paquet de cigarettes attrayant, les messages sur le danger du tabac pour la santé.

L'imposition de la banalisation au Canada effraie les sociétés de tabac non seulement à cause des avantages que les Canadiens tireront de la réduction du tabagisme, mais principalement parce que la nouvelle se répandra ailleurs dans le monde. À mesure que vos avertissements bilingues sur la santé et que vos interdictions de toute publicité sur le tabac se propageront ailleurs dans le monde, la banalisation fera de même si vous l'imposez.

Les vues de l'Association pulmonaire du Canada, de la Société canadienne du cancer et des organismes médicaux qui vous présentent des communications ne concordent pas du tout avec celles de l'industrie du tabac. Elles sont irréconciliables. Les deux groupes ont essentiellement un but différent.

Ce qui importe pour le Canada et pour le reste du monde, c'est ce que vous déciderez de faire. Si vous penchez vers les organismes qui cherchent à protéger la santé, votre décision sera alors bénéfique non seulement pour le Canada, mais aussi pour le reste du monde.

D'autres pays suivront l'exemple du Canada parce que celui-ci est considéré comme juste et raisonnable sur la scène internationale. C'est un pays démocratique et prospectif, qui ne se laisse pas guider par une idéologie aveugle. Les Australiens le savent, les Fidjiens et le reste du monde aussi.

En terminant—j'ai vu que le président avait son manteau à la main . . .

Le président: La raison est très simple: si vous parlez tout le temps, nous ne pourrons poser de question. Vous avez une demi-heure et vous en avez déjà utilisé les deux tiers.

M. Woordward: Je m'arrête ici.

Le président: Vous aviez raison. Vous avez vu le marteau. Allez-y.

M. Woodward: Je voulais dire brièvement que nous avons vu l'industrie du tabac de l'Australie exercer d'énormes pressions pour empêcher l'adoption de la banalisation recommandée dans le rapport australien. Les pressions se sont exercées sur trois plans. Tout d'abord, au niveau du premier ministre d'un État qui était en faveur de la position de l'industrie du tabac. Comme un État se démarquait des autres, il était difficile pour le pays d'agir à l'unanimité.

En second lieu, on a intenté devant la Cour suprême de Victoria des poursuites contre les chercheurs qui ont travaillé au rapport en affirmant que celui-ci était trompeur. L'industrie du tabac a retiré ces poursuites.

[Text]

[Translation]

Third and most recent, and it's under the second pink card, is a warning that Australian health warnings will be challenged under GATT. All of these tactics are, of course, familiar to you because they're being tried on here. In the last card, under the orange card, I give you an example of the health warnings that are being implemented in Australia as we speak.

Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Madam Picard.

Mme Picard: Moi, je suis tout à fait d'accord avec vos analyses quant aux dangers mortels du tabagisme. Vous savez que ce Comité étudie la pertinence de la banalisation des paquets de cigarettes. Avez-vous fait des études qui prouvent que seul l'emballage neutre réduirait de façon significative le tabagisme chez les jeunes?

• 0950

Mr. Woodward: I believe, based on the evidence I've read, plain packaging will reduce the prevalence of smoking by young people. The studies that have been conducted in Canada, New Zealand, and Australia do indicate young people are most strongly affected by plain packaging.

In the Australian research, with which I am more familiar, there were 13 independent studies. There are full copies of them in the back here. Of these, 6 deal specifically with young people and the influence packaging proposals will have on them. Yes, I do believe it will reduce smoking among young people.

Dr. MacLeod: In the documents submitted for reading, there are references to five studies indicating plain packaging will reduce tobacco consumption and the starting of tobacco consumption by youths.

Mme Picard: Merci.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Thank you very much for coming here. I must say I'm impressed with some of the signs you have on this plain packaging. I'm sure they're effective.

Have you tried to get plain packaging in Australia or in the United Kingdom?

Mr. Woodward: We have certainly tried in Australia. The situation in the United Kingdom is still a few years behind. In Australia this report recommends plain packaging, but it was defeated by the lobbying from the tobacco industry. The proposal for plain packaging didn't get up, but the proposal for an improvement on the current health warning to a much more explicit warning with information—

Mr. Martin: I think that's wonderful. On what basis was it defeated in Australia?

Mr. Woodward: It was because of the ministerial council on drug strategy. That's the council for which this report was produced. It's a council of all state justice ministers, all state health ministers, and federal justice and health ministers. In such a large committee it will be difficult to get a unanimous view. The tobacco industry was able to lobby a section of that committee to not have plain packages introduced. However, there was the proposal to significantly upgrade them.

Le troisième cas le plus récent, que vous trouverez sous le deuxième carton rose, est un avertissement selon lequel les avertissements australiens relatifs à la santé seront contestés en vertu du GATT. Bien entendu, vous connaissez très bien toutes ces tactiques parce qu'on en fait l'essai ici. Le dernier document sous le carton orange vous présente un exemple des avertissements sur la santé que l'on met en oeuvre en Australie en ce moment même.

Merci, monsieur le président.

Le président: Madame Picard.

Mrs. Picard: Personally, I am in complete agreement with your analysis as far as the lethal dangers of smoking are concerned. You know that this committee is examining the relevance of plain packaging of cigarettes. Have you made any studies showing that only plain packaging will reduce youth smoking significantly?

Mr. Woodward: D'après ce que j'ai lu, je crois que la banalisation réduira le tabagisme chez les jeunes. Les études effectuées au Canada, en Nouvelle-Zélande et en Australie indiquent que la banalisation influence fortement les jeunes.

La recherche effectuée en Australie, que je connais mieux, était constituée de 13 études indépendantes. Nous en avons ici des exemplaires complets. Six de ces études portaient précisément sur les jeunes et sur l'influence qu'auront sur eux les propositions relatives à l'emballage. Je crois vraiment que la banalisation réduira le tabagisme chez les jeunes.

Dr MacLeod: Dans les documents présentés, on fait allusion à cinq études qui indiquent que la banalisation réduira le tabagisme et dissuadera les jeunes de commencer à fumer.

Mrs. Picard: Thank you.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Merci beaucoup d'être venu témoigner. Je dois dire que certains des avertissements que vous avez sur ces emballages neutres m'impressionnent. Je suis persuadé qu'ils sont très efficaces.

Avez-vous essayé d'imposer la banalisation en Australie ou au Royaume-Uni?

Mr. Woodward: Nous avons certainement essayé en Australie. Le Royaume-Uni a encore quelques années de retard. En Australie, on recommande la banalisation dans ce rapport que le lobby de l'industrie du tabac a toutefois réussi à faire rejeter. Le projet de banalisation n'est pas allé de l'avant, mais la proposition qui vise à améliorer l'avertissement actuel sur la santé afin de le rendre plus explicite et d'y ajouter de l'information...

Mr. Martin: Merveilleux. Pourquoi la proposition a-t-elle rejetée en Australie?

Mr. Woodward: À cause du Conseil ministériel sur la stratégie anti-drogue, auquel était destiné le rapport. Le conseil réunit tous les ministres de la Justice et de la Santé des États et fédéraux. Il est difficile d'établir l'unanimité au sein d'un comité qui compte autant de membres. L'industrie du tabac a pu convaincre certains membres du comité de rejeter la banalisation. Une proposition vise toutefois à améliorer considérablement les emballages.

[Texte]

[Traduction]

Mr. Martin: It was just a matter of lobbying. It was not a matter of any scientific study that showed plain packaging was not effective, therefore . . .

Mr. Woodward: It was not an issue of evidence; it was an issue of lobbying the committee. This report was accepted by the ministerial council on drug strategy. It was challenged, of course, by the tobacco industry. Court proceedings were initiated, but never proceeded with. However, it was not on the basis of the evidence that proposals were not proceeded with.

Mr. Martin: Roger, do we have one of those for this committee?

Mr. Woodward: You have now.

Mr. Martin: Thank you.

The Chairman: Is that the only copy you're distributing?

Mr. Martin: I'll share it.

The Chairman: In time, give it to the clerk.

Mr. Martin: Yes, absolutely.

The Chairman: He's very possessive, that fellow. He's from B.C. You have to watch him.

Mr. Martin: We're all closet kleptomaniacs.

Mrs. Ur: Thank you for your presentation. In your opening remarks you said teenagers are preoccupied with packaging, and advertising creates new customers. I think that statement probably isn't exactly true. I think advertising creates new customers providing the product being advertised is something that someone wants to purchase. They can advertise cigarettes with gold bands on them, but if I don't want to smoke, I'm not going to buy it.

Dr. MacLeod: This is not the only solution to the problem of teenagers and pre-teens who start smoking, but it will have an impact. Today, 100 to 200 teenagers are going to become addicted to tobacco. This is part of the battle in preventing that.

• 0955

Mrs. Ur: As far as I am concerned, plain packaging will not influence young people to start smoking, although cost may. When the smuggling was going on it was purported that young people were able to buy five loose cigarettes. They didn't care whether they came in a red box, green box or blue box, as long as they could afford to buy them. So packaging wasn't an issue when smuggling was taking place.

Dr. MacLeod: In addition to the reference to studies indicating packaging is important, there are documents from the tobacco marketing industry; editorials in newspapers; opinions from a variety of provincial, national and international health organizations; and the opinions of eight of ten provincial ministers of health that plain packaging will reduce tobacco use. Most important, the vigour with which the tobacco industry is protesting makes it strongly suspicious it knows plain packaging will reduce its market.

Mrs. Ur: With all due respect, I don't know how that could be, because I think it is a cost factor, not the packaging. It is a legal product. They aren't selling marijuana; they are selling a product that is legally farmed within Canada.

M. Martin: C'était simplement une question de lobby. Ce n'était pas parce qu'une étude scientifique a indiqué que la banalisation était inefficace et que, par conséquent..

M. Woodward: C'était une question non pas de preuve, mais plutôt de lobby auprès du comité. Le Conseil ministériel sur la stratégie anti-drogue a accepté le rapport et l'industrie du tabac l'a contesté, bien entendu. On a entrepris des poursuites judiciaires auxquelles il n'a jamais été donné suite. Si on ne l'a pas fait, ce n'était pas à cause des preuves.

M. Martin: Roger, en avons-nous une copie pour le comité?

M. Woodward: Vous en avez une, maintenant.

M. Martin: Merci.

Le président: Est-ce le seul exemplaire que vous distribuez?

M. Martin: Je le partagerai.

Le président: Il faudra éventuellement le remettre à la greffière.

M. Martin: Certainement.

Le président: Il est très possessif, ce gars-là. Il vient de la Colombie-Britannique et il faut le surveiller.

M. Martin: Nous sommes tous des cleptomanes inavoués.

Mme Ur: Merci de votre exposé. Au début de votre intervention, vous avez déclaré que l'emballage influence les adolescents et que la publicité attire de nouveaux clients. Ce n'est peut-être pas tout à fait vrai. La publicité attire de nouveaux clients à condition que quelqu'un veuille acheter le produit annoncé. On pourra annoncer des cigarettes à bande dorée, mais si je ne veux pas fumer, je n'en achèterai pas.

Dr MacLeod: Ce n'est pas la seule solution au problème des adolescents et des préadolescents qui commencent à fumer, mais cela aura un effet. Aujourd'hui, de 100 à 200 adolescents deviendront fumeurs. Cela fait partie de lutte pour la prévention.

Mme Ur: Je ne crois pas que la banalisation dissuadera les jeunes de fumer. Le coût pourrait toutefois le faire. Lorsque la contrebande battait son plein, on a affirmé que les jeunes pouvaient acheter cinq cigarettes à l'unité. Ils se fichaient pas mal que celles-ci soient offertes dans un paquet rouge, vert ou bleu: tout ce qui leur importait, c'est de pouvoir les acheter. L'emballage n'était donc pas un problème en période de contrebande.

Dr MacLeod: Outre l'allusion aux études selon lesquelles l'emballage était important, il y a aussi des documents provenant de l'industrie de la commercialisation du tabac, des éditoriaux de journaux, des avis de toutes sortes d'organisations provinciales, nationales et internationales du secteur de la santé et l'avis de huit des dix ministres provinciaux de la Santé selon lesquels la banalisation réduira le tabagisme. Qui plus est, les vives protestations de l'industrie du tabac portent à croire que celle-ci sait parfaitement que la banalisation réduira son marché.

Mme Ur: Avec tout le respect que je vous dois, je ne sais pas comment cela serait possible, parce que j'estime que c'est une question de coût et non d'emballage. Le produit est légal. Les producteurs vendent non pas de la marijuana, mais un produit cultivé légalement au Canada.

[Text]

[Translation]

Dr. MacLeod: Isn't that a shame for Canada?

Mrs. Ur: I am not here to argue that. I am a non-smoker, but I am just purporting it is a legal product.

Mr. Woodward: There is significant research in the volume I have tendered that shows children are put off by the plain packages. It is not an accessory they feel comfortable bringing out in the company of their friends as they do bringing out a packet of Marlboro cigarettes presented in the international fashion. They talk about it being quite undesirable to have to bring out a plain package with no corporate logo, embossing, and so on.

Mrs. Ur: With the dealings I have had with young people I've never seen that it's a status issue for someone to pull a red package of cigarettes from his or her pocket to really make an impression on someone. I don't understand that logic.

Has anyone really sat down and talked to a group of young people? Dr. MacLeod has said that six out of a certain number of health ministers have stated it will reduce smoking. But have they spoken with a cross-section of young people in school, young people who are just out of school or young people who have quit school to get a broad basis or consensus of their opinions? We are always giving our own adult opinions. Maybe it's time to ask the people we're trying to approach.

Mr. Woodward: The Australian research studies were with young people and children. They are not the opinions of adults; they are the opinions of young people.

Mrs. Ur: We have yet to see any studies on this. I look forward to reading those reports.

The Chairman: Perhaps this is the appropriate time to acknowledge the presence of two associate members, Paddy Torsney from Burlington, who is out at the moment, and also

Madame Guiral; bienvenue à M^{me} Guiral from Laval-Centre.

Mme Dalphond-Guiral (Laval-Centre): J'ai eu entre les mains, comme tout le monde, un paquet de cigarettes qui, quant à moi, ne m'est pas apparu banalisé. Quelque chose de banal c'est vraiment quelque chose sur lequel il serait juste écrit le mot cigarettes et puis que c'est un risque pour la santé, mais ce que j'ai vu n'était pas du tout ça. Et personnellement, je me pose la question de savoir quel effet aurait un tel paquet sur les pré-adolescents et les adolescents.

Je vais parler du Québec. On a fait, l'année dernière, une campagne extrêmement bien préparée pour faire baisser l'excès de vitesse dans la conduite automobile chez les jeunes. Ce dont on s'est aperçu c'est que cela n'avait eu aucun impact chez les jeunes, parce que bien sûr le propre de la jeunesse c'est de croire que rien ne peut leur arriver et que les accidents sont pour les autres.

J'imagine que pour la cigarette, c'est un peu la même chose. Je crois aussi qu'au niveau des comportements des adolescents, une chose défendue est plus intéressante. Le paradis terrestre..., on connaît tous l'histoire. Ce qui est défendu est intéressant.

• 1000

J'ai quand même quelques difficultés à penser que ce serait la solution pour réduire l'intérêt des jeunes pour la cigarette. Je sais que c'est un problème. Je ne suis pas fumeuse. Je n'ai jamais fumé. J'ai deux garçons qui sont grands maintenant et

Dr MacLeod: N'est-ce pas honteux pour le Canada?

Mme Ur: Je ne suis pas venue discuter de cela. Je ne fume pas, mais j'affirme simplement qu'il s'agit d'un produit légal.

M. Woodward: L'ouvrage que je vous ai remis contient une recherche importante selon laquelle les emballages neutres désintéressent les enfants. Ils se sentent moins à l'aise de présenter un emballage neutre à leurs amis qu'un paquet de cigarettes Marlboro à la façon internationale. Ils affirment qu'il est très peu recommandé de sortir un paquet neutre où l'on ne trouve aucun logo d'entreprise, aucun embossage, etc.

Mme Ur: J'ai eu de nombreux contacts avec les jeunes et je n'ai jamais remarqué qu'il est important pour eux de sortir un paquet de cigarettes rouge de leur poche pour vraiment faire impression sur quelqu'un. Je ne comprends pas cette logique.

Est-il déjà arrivé à quelqu'un de s'asseoir pour discuter vraiment avec un groupe de jeunes? Le Dr MacLeod a déclaré que six ministres de la Santé ont affirmé que la banalisation réduira le tabagisme. Or, ont-ils discuté avec un échantillon général d'étudiants ou de jeunes qui viennent à peine de quitter l'école pour se faire une idée générale de ce qu'ils pensent? Nous sommes toujours prêts à donner notre avis d'adulte. Il est peut-être temps de consulter les gens que nous essayons d'aborder.

M. Woodward: Les études effectuées en Australie l'ont été auprès de jeunes et d'enfants. Les avis ne proviennent pas d'adultes mais plutôt de jeunes.

Mme Ur: Nous n'avons pas encore vu d'études à ce sujet. J'ai hâte de lire ces rapports.

Le président: Le moment est peut-être venu de signaler la présence de deux membres associés, soit Paddy Torsney de Burlington, qui est sorti pour le moment, et M^{me} Guiral.

Welcome to Mrs. Guiral from Laval-Centre.

Mrs. Dalphond-Guiral (Laval-Centre): As anybody else, I have had in my hands a package of cigarettes which did not seem plain to me. A really plain package would bear only the word cigarettes and a health warning since it is a health risk, but I saw that it was not the way it is done at all. Personally, I am wondering what impact such a package would have on pre-teenagers and teenagers.

I will talk about Quebec. Last year, an extremely well prepared campaign was launched in order to reduce speeding by young drivers. What was noticed is that the campaign had no impact on youth because young people believe that nothing can happen to them and that accidents happen to other people only.

I imagine that it is about the same thing for cigarettes. I also believe that the forbidden fruit is most interesting for teenagers. Heaven on earth... everybody knows the story. What is prohibited is interesting.

I still have some difficulty to believe that this would be the solution to make youth lose interest with smoking. I know that this is a problem. I am not a smoker and I have never smoked. I have two grown-up boys who used to tell, when they were

[Texte]

[Traduction]

qui disaient, quand ils étaient petits, que jamais ils ne fumeraien et pourtant, ils fument. Ils fument et c'est leur choix. Cela m'ennuie mais cela leur appartient. Ils fument en connaissance de cause. Je peux juste espérer qu'à un moment donné ils vont cesser de fumer. Voilà.

Votre étude parle de l'Australie et je me demande si notre société nord-américaine peut être comparée à la société australienne. Il y a certainement beaucoup de parallèles mais aussi beaucoup de différences, et je me demande si on peut transposer les choses aussi directement et aussi facilement. Je pense qu'il faut tenir compte de la culture canadienne qui existe ici et de la culture québécoise. J'aimerais avoir vos commentaires à ce sujet.

The Chairman: I'll say to witnesses that this must be the briefest of responses. We have one other questioner and we're already a bit overtime.

Dr. MacLeod: This is not the total solution. It is a part of the solution, and I hope a lot of the \$185 million that the Ministry of Health has set aside for tobacco reduction will go into research on this very problem of why people start smoking.

Ms Fry: There have been many studies that have shown that in New Zealand, Norway, Finland and Canada, where advertising has been banned, in fact this has made the single greatest impact on reducing smoking amongst adolescents, more so than even the price factor. I think that's well documented.

Therefore, since there is no more advertising in this country, do you see a link between promotion, which, as you know, is an action-oriented thing whereas advertising is a cognitive thing, and plain packaging? How would they fit together?

Mr. Woodward: As specific forms of tobacco advertising are banned, newspaper advertisements, magazine advertisements, billboard advertisements, there is a limited number of opportunities that the tobacco companies can use to present the contrary view of what their product is. Their product causes lung cancer, heart disease, stroke, emphysema, bronchitis and so on. It's very important for them that they give their customers and would-be customers a different view. As the other advertising measures are taken away, the package remains a single important vehicle for carrying a message that this is a desirable thing to have, as opposed to the packet that is circulating around the table, which I think we would all agree is most undesirable to have, as is lung cancer.

The Chairman: I want to thank the witnesses from the Canadian Lung Association.

We go now to our next group of witnesses. Welcome, from Queen's Park, the parliamentary secretary to the health minister, Larry O'Connor.

young, that they would never smoke. Nevertheless, they do smoke and it is their choice. That annoys me but the choice is theirs. They know what they are doing. I can only hope that eventually, they will stop smoking. That is all.

Your study deals with Australia and I wonder if our North American society can be compared with Australia's society. There are certainly a lot of similarities but also lots of differences and I wonder if things can be transposed as directly and as easily. I think that Canada's and Quebec's cultures must be taken into account. I would like your comments on that.

Le président: Le témoin doit être très bref. Nous avons un autre intervenant et nous avons déjà dépassé un peu notre temps.

Dr MacLeod: Ce n'est pas toute la solution: c'en est une partie seulement. J'espère qu'on affectera à la recherche sur ce problème même une grande partie des 185 millions de dollars que la ministre de la Santé a réservés à la lutte contre le tabagisme afin de déterminer pourquoi les gens commencent à fumer.

Mme Fry: De nombreuses études ont démontré qu'en Nouvelle-Zélande, en Norvège, en Finlande et au Canada, c'est l'interdiction de la publicité, bien plus que le prix, qui a eu le plus d'effet sur la réduction du tabagisme chez des étudiants. C'est bien documenté.

Comme il n'y a plus de publicité au Canada, voyez-vous un lien entre la banalisation et la promotion qui, comme vous le savez, est une démarche axée sur l'action tandis que la publicité est une démarche cognitive? Comment ces deux mesures s'imbriqueraient-elles?

M. Woodward: Comme certaines méthodes de publicité sur le tabac, notamment les annonces dans les journaux, dans les revues et sur les panneaux-réclames, sont interdites, les sociétés de tabac n'ont que des occasions limitées de présenter l'envers de la médaille sur leur produit. Leur produit est une cause de cancer du poumon, de cardiopathies, d'attaques, d'emphysème, de bronchite, etc. Il est très important pour ces sociétés de présenter une vue différente à leurs clients actuels et potentiels. Comme les autres moyens de publicité leur sont interdits, le paquet demeure un moyen important de véhiculer un message, d'affirmer qu'il s'agit d'un produit souhaitable à utiliser, contrairement aux paquets qui circulent autour de la table, que nous considérons tous à mon avis comme des plus indésirables, tout comme le cancer du poumon.

Le président: Je remercie les témoins de l'Association pulmonaire du Canada.

Nous passons maintenant à notre groupe de témoins suivant. Je souhaite la bienvenue au secrétaire parlementaire du ministre de la Santé, Larry O'Connor, de Queen's Park.

*[Text]**[Translation]*

Mr. O'Connor, welcome. Introduce your colleague, please.

Mr. Larry O'Connor, MPP (Parliamentary Secretary to the Minister of Health, Province of Ontario): Thank you. I'm Larry O'Connor, a provincial member of Parliament for the riding of Durham—York and parliamentary assistant to the Minister of Health. Seated with me is Brenda Mitchell, who's with the tobacco unit of the Ministry of Health.

I understand you've already received a copy of our presentation and hopefully have read it. So at this time I'm only going to highlight a few of the points within it.

In January 1992, as part of the Ontario health reform agenda, the minister launched a comprehensive strategy to curb tobacco use. This strategy involves the prevention of tobacco use, particularly by children and adolescents; the protection from exposure to environmental tobacco; and the support of smoking cessation. As part of this strategy Ontario has been preparing new legislation.

In January 1993 the Ontario Ministry of Health released a discussion paper on our planned legislation. Plain packaging was identified in it as an area for further discussion.

We stated that plain packaging may make cigarettes less attractive to children and adolescents and would also make health warnings more visible. Plain packaging needs to be addressed at a national level. We have therefore written to the Minister of Health for Canada, in January 1993, asking him to take leadership on this issue.

The ministry introduced legislation in the House on November 22, 1993, in the form of Bill 119, the Tobacco Control Act. It's intended to prevent the provision of tobacco to young persons and to regulate its sale and use by others.

At the time of second reading, the bill included section 5, a general authority specifying packaging requirements by regulation. Following second reading of the bill, which was referred to the standing committee on social development in January and February of this year—so you can see that I've also had some time on committee—we heard from over 200 presentations, as I sat there.

Many witnesses supported the introduction of plain packaging of cigarettes. They also said that the package itself is a form of advertising. The colours and decorations can make the product appealing and attractive to prospective consumers.

It was also noted that consumers associate the tobacco product with sporting and cultural events sponsored by the tobacco industry. This aspect also enhances the product's appeal.

Bill 119 is currently before the committee of the whole House. This step was requested by two members of the Progressive Conservative Party, who are concerned about the job loss that, they propose, will occur if plain packaging is introduced.

We cannot afford to put a few jobs before the health of our children and the prevention of unnecessary sickness and premature death.

Bienvenue, monsieur O'Connor. Veuillez nous présenter votre collègue.

M. Larry O'Connor, (député, secrétaire parlementaire de la ministre de la Santé, province de l'Ontario): Merci. Je suis Larry O'Connor, député provincial de la circonscription de Durham—York et adjoint parlementaire de la ministre de la Santé. Je suis accompagné de Mme Brenda Mitchell, chef de l'unité de lutte contre le tabac au sein du ministère de la Santé.

Je crois savoir que vous avez déjà reçu une copie de notre exposé et j'espère que vous l'avez lu. Je n'en soulignerai donc que quelques points saillants.

En janvier 1992, dans le cadre du programme de réforme des services de santé de l'Ontario, la ministre a mis en oeuvre une stratégie globale visant à réduire l'usage du tabac. Cette stratégie porte sur la prévention du tabagisme, surtout chez les enfants et les adolescents, la protection contre la fumée secondaire et le soutien à l'abandon du tabagisme. Dans le cadre de cette stratégie, l'Ontario prépare actuellement de nouvelles mesures législatives.

En janvier 1993, le ministère de la Santé de l'Ontario a rendu public un document de discussion au sujet de ce projet de loi. Ce document souligne que l'emballage neutre des produits du tabac devrait faire l'objet d'une discussion plus poussée.

Nous y disions que l'emballage neutre peut rendre la cigarette moins attrayante pour les enfants et les adolescents et permettrait également de rendre plus visibles les avertissements relatifs à la santé. La question d'un emballage plus sobre doit être traitée au palier national. Nous avons donc écrit à la ministre de la Santé du Canada, en janvier 1993, pour lui demander de se charger de cette question.

Le ministère a présenté à la Chambre, le 22 novembre 1993, le projet de loi 119, Loi sur la réglementation de l'usage du tabac. Cette mesure vise à interdire la vente du tabac aux jeunes et à en réglementer l'usage et la vente aux autres personnes.

Au stade de la deuxième lecture, le projet de loi comportait l'article 5 qui contient des dispositions conférant l'autorité générale requise pour fixer par voie de règlement les exigences relatives à l'emballage des produits du tabac. Après la deuxième lecture, le projet de loi a été renvoyé au Comité permanent des affaires sociales en janvier et février de cette année—vous pouvez donc voir que j'ai aussi siégé au comité—nous avons entendu plus de 200 exposés.

Beaucoup de témoins ont appuyé la banalisation des paquets de cigarettes et ont affirmé que le paquet même constitue un moyen publicitaire. Les couleurs et les dessins rendent le produit attrayant pour les consommateurs éventuels.

On a signalé aussi que les consommateurs associent les produits du tabac aux activités sportives et culturelles commanditées par l'industrie du tabac. Ces activités rendent aussi le produit plus attrayant.

Le projet de loi 119 est actuellement devant le Comité plénier de l'Assemblée législative. Cette étape a été demandée par deux députés progressistes-conservateurs qui s'inquiètent de la perte d'emplois possible si l'emballage neutre est adopté.

Nous ne pouvons donner la priorité à quelques emplois sur la santé de nos enfants et la prévention de maladies et de décès prématurés évitables.

[Texte]

When the federal government announced the rollback in the tobacco taxes, the provincial Minister of Health issued a press release at the time expressing concern that when the governments right across Canada are placing more and more emphasis on the prevention of disease the federal government would take a step backwards in reducing taxes on cigarettes.

The minister also indicated that other measures announced by the federal government didn't go far enough and called on the federal government to move immediately to plain packaging to dissuade young people from starting to smoke.

We are pleased that the federal government is taking a lead role on the issue of plain packaging. The Ontario Minister of Health, Ruth Grier, has reaffirmed that we wish to have plain packaging dealt with at the national level. We look forward to hearing the recommendations of the committee, once you've completed your full study.

I'll now ask Brenda Mitchell to add a few comments.

Ms Brenda Mitchell (Manager, Tobacco Strategy Unit, Health Promotion Branch, Ontario Ministry of Health): As part of the background research undertaken by the Ontario Ministry of Health to prepare for a media campaign targeted at teens and pre-teens, we contracted with a cultural anthropologist to examine smoking from the teenager's point of view. During in-depth interviews, held one on one with teenagers, meanings associated with cigarette brands were identified.

[Traduction]

Lorsque le gouvernement fédéral a annoncé qu'il faisait marche arrière en réduisant les taxes sur les produits du tabac, la ministre provinciale de la Santé a publié un communiqué pour exprimer son inquiétude en disant qu'au moment même où les gouvernements du Canada accordent de plus en plus d'importance à la prévention de la maladie, le gouvernement fédéral fait marche arrière en réduisant les taxes sur les produits du tabac.

La ministre a aussi indiqué que d'autres mesures annoncées par le gouvernement fédéral n'allait pas assez loin et elle a demandé à celui-ci d'imposer immédiatement la banalisation afin de dissuader les jeunes de commencer à fumer.

Nous sommes heureux de constater que le gouvernement fédéral prend l'initiative sur la question de l'emballage neutre. La ministre de la Santé de l'Ontario, Ruth Grier, a réaffirmé notre souhait de voir traiter au palier national la question de l'emballage neutre. Nous attendons avec impatience les recommandations du comité lorsque vous aurez terminé votre étude.

Je vais demander maintenant à Brenda Mitchell d'ajouter quelques mots.

Mme Brenda Mitchell (chef, Unité stratégique sur le tabac, Direction de la promotion de la santé, ministère de la Santé de l'Ontario): Dans le cadre d'une recherche entreprise par le ministère de la Santé de l'Ontario en vue de la préparation d'une campagne de sensibilisation dans les médias s'adressant aux adolescents et aux jeunes, nous avons retenu les services d'un anthropologue culturel pour analyser la question du tabagisme selon le point de vue des adolescents. Au cours des entrevues approfondies effectuées individuellement avec des adolescents, ils ont indiqué l'interprétation qu'ils donnent aux différentes marques de cigarettes.

• 1010

For example, teens claim certain brands as their own and they use these brands to distinguish themselves from older grades. Some brands are seen as classy, some as tough. Each brand of cigarette has certain associations. What brand you carry as a teen is important.

Par exemple, les adolescents s'identifient à certaines marques et utilisent ces marques pour se distinguer des adolescents plus âgés. Certaines marques sont jugées comme étant classiques, tandis que d'autres sont jugées comme étant plus dures. Chaque marque de cigarette est interprétée d'une façon particulière. La marque que vous utilisez en tant qu'adolescent est importante.

Smoking and cigarettes are a potent source of self-definition for a teenager. The brands most smoked by teens, according to these teens, are Du Maurier and Player's Light. Du Maurier Ltd. and Player's Light Ltd. are names often seen on cultural and sport sponsorship and promotional signage on the familiar red and blue coloured backgrounds. Plain packaging would break the link between tobacco industry sponsorship and promotion and the tobacco products themselves.

L'usage du tabac et les cigarettes sont des moyens d'affirmation très puissants pour un adolescent. D'après ces jeunes, les marques les plus utilisées parmi les adolescents sont Du Maurier et Player's Légère. Du Maurier Ltée et Player's Légère Ltée sont des noms qui apparaissent souvent à l'occasion d'événements culturels et sportifs, ainsi que sur les affiches promotionnelles, sur un fond de couleur rouge ou bleu familier. L'emballage sobre briserait le lien entre les commandites et la promotion de l'industrie du tabac et les produits du tabac.

Tobacco is a product that needs to be treated differently from other products. Tobacco contains the highly addictive drug, nicotine. Tobacco, when used exactly as intended, harms one's health. We believe the brightly coloured cigarette packages that are displayed behind cashiers suggest to young people that they are not really much different from the brightly-packaged candy bars in front of the cashier.

Le tabac est un produit qui doit être traité différemment des autres produits. Le tabac contient une drogue qui crée une dépendance importante: la nicotine. Le tabac, utilisé exactement comme prévu, est nocif pour la santé. Nous croyons que les paquets de cigarettes aux couleurs attrayantes placés derrière le comptoir suggèrent aux jeunes que ces produits ne sont pas très différents des tablettes de chocolat aux emballages de couleurs attrayantes placées devant le comptoir.

[Text]

Tobacco is unique in its place in our society and should be treated differently in a visible manner. This can be accomplished with plain packaging. The Ministry of Health has reviewed research into plain packs that is available to us. We believe there is good *prima facie* and some empirical evidence that plain packaging would be less attractive to children, better to communicate health warnings and other information to consumers, dissociate the packages from sponsorship advertising, be easily recognized, and perhaps help deter smuggling.

However, it must be acknowledged that there is relatively little research on the issue of plain packaging. Further study is necessary to support the legislation. We need the best professional, marketing, scientific and legal advice available. We need to have thought-through possible strategies the tobacco industry can take in response to plain packaging that may thwart the effectiveness of the legislation as intended. This legislation would be world precedent setting. It is important to stand the test of litigation that will ensue.

Thank you. That completes our formal comments. We're open for questions.

The Chairman: Madam Picard.

Mme Picard: Madame Mitchell, vous avez mentionné dans votre exposé que vous posséiez de bonnes preuves, qui pourraient nous permettre de croire que la banalisation des paquets de cigarettes réduirait sensiblement le tabagisme chez les jeunes. Est-ce que vous avez ces preuves?

Ms Mitchell: There have been a number of studies. I imagine at this point these studies have all been presented to the committee in the form of briefs. Particularly, I guess I'd like to draw your attention to the research that's been done in Australia, New Zealand and with the Canadian Cancer Society report on plain packaging. What we are seeing is that there is some evidence, based on these samples and testing with young people, that tobacco packaged in plain packaging is less attractive to teens.

If you put that with the information we have from our cultural anthropologist about the importance of bearing particular packages and that brand identification exists with carrying cigarette packages, I think what we're trying to do is say, what can we learn from marketing studies, from social behaviour studies, from anthropological studies to build our arguments that in fact are the proof that plain packaging would be effective in reducing the appeal of smoking to young people?

Mme Picard: Pourtant, après avoir fait une petite enquête dans mon environnement, près de chez moi, auprès des jeunes, il était clair que plus le paquet serait laid, plus les jeunes en feraient un produit «*in*».

On m'a aussi dit que les jeunes de 12 ou 13 ans qui commencent à fumer n'achètent pas un paquet de cigarettes mais achètent les cigarettes à l'unité. De là vient la dépendance et souvent, ils vont choisir une marque ensuite. Si un des parents fume des Du Maurier, ils vont choisir Du Maurier. On m'a aussi signalé que pour les jeunes, la couleur ou l'emballage n'est pas significatif. Ce n'est pas la couleur ni la grosseur ni la forme du paquet qui font que les jeunes développent la dépendance.

[Translation]

Le tabac occupe une place unique dans notre société et il devrait être traité différemment et de façon visible. On peut le faire par la banalisation. La ministre de la Santé a passé en revue la recherche dont nous disposons sur les emballages banalisés. Nous sommes d'avis que de solides preuves *prima facie* et empiriques indiquent que les emballages neutres seraient moins attrayants pour les enfants, pourraient mieux faire passer aux consommateurs des avertissements relatifs à la santé et d'autres renseignements, dissocieraient les paquets de la commandite publicitaire, seraient faciles à reconnaître et aideraient peut-être à dissuader la contrebande.

Il faut toutefois reconnaître que la recherche sur la banalisation est relativement limitée. Il faut procéder à d'autres études pour appuyer les mesures législatives. Nous avons besoin des meilleurs conseils professionnels, commerciaux, scientifiques et juridiques disponibles. Il faut réfléchir sérieusement aux stratégies que l'industrie du tabac pourrait adopter à la suite de la banalisation pour réduire l'efficacité de la mesure législative, qui établirait un précédent mondial. Il importe qu'elle résiste à la contestation judiciaire à laquelle elle donnera lieu.

Je vous remercie. Cela met fin à nos commentaires officiels. Nous sommes prêts à répondre à vos questions.

Le président: Madame Picard.

Mrs. Picard: Madam Mitchell, you said in your statement that you had good evidence which allows us to believe that plain packaging would reduce youth smoking considerably. Do you have such evidence?

Mme Mitchell: Il y a eu toutes sortes d'études. J'imagine que le comité les a toutes reçues sous forme de mémoire. J'attire particulièrement votre attention sur la recherche effectuée en Australie, en Nouvelle-Zélande, ainsi que sur le rapport de la Société canadienne du cancer au sujet de la banalisation. Ces échantillonnages et essais effectués auprès des jeunes semblent indiquer que les emballages banalisés sont moins attrayants pour les adolescents.

Si vous ajoutez ces constatations aux renseignements que nous avons obtenus de notre anthropologue culturel au sujet de l'importance de certains paquets en particulier et de l'identification aux marques qu'entraîne l'utilisation de certains paquets de cigarettes, voici ce que nous essayons de dire: que pouvons-nous tirer des études de marché, de comportement social et d'anthropologie pour étayer nos arguments et démontrer que la banalisation réussirait à réduire l'attrait du tabagisme pour les jeunes?

Mrs. Picard: However, a little survey of some youth in my area, close to home, indicated clearly that the uglier the package, the more youth will make it an «*in*» product.

I have been told also that 12 or 13 year-olds who start smoking do not buy cigarettes by the package but by the unit. They become dependent and then they choose one particular brand. If one of their parents smokes Du Maurier, they will choose Du Maurier. It has been pointed out to me also that for youth, colour or packaging is not significant. It is neither the colour, nor the size nor the shape of the package which make youth dependent.

[Texte]

[Traduction]

• 1015

Ms Mitchell: In terms of whether there's a possibility that generic packaging could be something like a cult type of packaging, I think that situation could exist where plain packaging is an option to regular packaging. Perhaps the example that's known of that is Death cigarettes, but Death cigarettes are put on the market with options of regular brands. That's a product that is sold in the United States and Britain, and I think it's where you have a choice. You could have the cult phenomenon. If all tobacco available in Canada is in plain packaging, then it's not that kind of an option for them.

I think the use of tobacco by young people is very complex and the introduction of tobacco use by teens is very complex, which is why we did a unique study undertaken by a cultural anthropologist. We were not aware prior to us having done this study that anybody had this information, and the reason we did it was because it was important to define tobacco and tobacco use from the teens' perspective in the teens' world rather than from the adult perspective in our world. Through that, the researcher did find that there are rituals about tobacco use, there are pragmatic functions for tobacco use, but he also did find that the brand and the carrying of specific brands was important.

When we develop tobacco reduction strategies in Canada we're not looking for one single measure that will work. We are looking for a gathering of a number of initiatives that together will be quite effective. I will quote another statement from the study, where he stated:

The good news is that the advertising bans of the last few years have helped to erase many of these meanings.

He's talking about the many meanings of cigarettes, the cultural meanings in the teen world.

Without constant marketing and branding, cigarettes have become for some children just tubes of tobacco in brightly coloured boxes. The cultural meanings have drained away. The bad news is this process is some years from completion and cigarettes remain a potent source of meanings for many, perhaps most, teen smokers.

Therefore, we are in a transition period, and the question is what further can we do?

Mrs. Picard: Merci.

The Chairman: We thank the witnesses from the Ontario department for coming. You must have said all the right things. Larry, thank you very much.

Mr. O'Connor: I appreciate the opportunity to come here. One important note that I might want to leave with you is that, as you've heard before, the cultural sponsorship...when you see the advertising along any of the major roadways and fairways you'll see huge signs that say, "Sponsored by Du Maurier", or by Player's. Packaging does reinforce that.

Thank you.

Mme Mitchell: Quant à savoir s'il se peut que l'emballage banalisé puisse faire l'objet d'un culte, par exemple, on pourrait peut-être le rendre facultatif par rapport à l'emballage ordinaire. Le cas des cigarettes Death en est peut-être un exemple, mais celles-ci sont vendues comme substituts de marques courantes. Ce produit est vendu aux États-Unis et en Grande-Bretagne et c'est là qu'intervient le choix. Le phénomène du culte est possible. Si tous les produits du tabac vendus au Canada sont banalisés, le choix n'existe alors pas.

Le tabagisme chez les jeunes et son apparition sont des phénomènes très complexes et c'est pourquoi nous avons chargé un anthropologue culturel d'effectuer une étude novatrice. Avant cette étude, nous ne connaissions personne qui disposait de ces renseignements et si nous l'avons effectuée, c'est parce qu'il importait de définir le tabac et le tabagisme du point de vue des adolescents dans leur propre monde plutôt que de celui des adultes dans le leur. L'anthropologue a constaté que le tabagisme a ses rites et ses raisons pratiques, mais que la marque et la consommation de certaines marques en particulier sont importantes.

Lorsque nous élaborons des stratégies anti-tabac au Canada, nous ne cherchons pas un seul moyen qui donnera des résultats. Nous cherchons plutôt à regrouper un certain nombre d'initiatives qui, ensemble, donneront des résultats. Je vais vous citer un autre extrait de l'étude, où on lit que:

La bonne nouvelle, c'est que l'interdiction de la publicité des dernières années a aidé à faire disparaître un grand nombre de ces significations.

Il parle des nombreuses significations culturelles de la cigarette dans le monde des adolescents.

Sans effort constant de commercialisation et d'identification des marques, les cigarettes sont devenues pour certains enfants tout simplement des tubes de tabac contenus dans des boîtes aux couleurs vives. Les significations culturelles se sont estompées. La mauvaise nouvelle, c'est que l'exercice est encore loin d'être terminé et que la cigarette demeure une puissante source de signification pour beaucoup d'adolescents qui fument, voire pour la plupart.

Nous sommes donc dans une période de transition et il faut nous demander ce que nous pouvons faire d'autre.

Mme Picard: Merci.

Le président: Nous remercions les témoins du ministère de la Santé de l'Ontario. Vous devez avoir dit tout ce qui convient. Merci beaucoup, Larry.

Mr. O'Connor: Merci de nous avoir invités à témoigner. Je vais vous laisser sur un point important: comme on vous l'a déjà dit, la commandite d'activités culturelles... Le long des autoroutes et sur les parcours de golfe, on voit d'énormes affiches où l'on peut lire «Commandité par Du Maurier» ou par Players. L'emballage appuie cette publicité.

Merci.

[Text]

Ms Mitchell: Mr. Chair, given that we have a little time and we're going to have a break. . .

The Chairman: The object here, Brenda, is not to fill the time. What we do here is hear the witness, then if there are questions, we allow questions. I saw no other intervenors, and so the hearing is—

Ms Fry: I wasn't aware we had some time. I just wanted to ask some quick questions.

The Chairman: It's not that we have time. If you have a question, ask the question, but not to fill the time, for God's sake.

Ms Fry: I have a question.

I think your study with the cultural anthropologist is interesting and I think it bears out many of the things that we know about teens. I mean, you just have to look at their clothes. They must wear certain brands. For instance, Doc Marten's is the in thing now, and they won't wear anything other than Doc Marten's, even if they look the same way. They have to say "Doc Marten's" on them. Similarly with logos on clothing, etc. So I think that's an important study. Is it possible for us to get it?

Ms Mitchell: At this point it hasn't been released publicly. I will ask the Minister of Health if we may provide it to the committee.

Ms Fry: Thank you.

Mr. Pagtakhan: Could you inform the committee when you anticipate the University of Toronto studies would be completed?

Ms Mitchell: The preliminary study results were released last January, and I understand that the future study is expected to be released in the winter of 1995.

Mr. Pagtakhan: Are we privileged to receive the results of the preliminary studies?

Ms Mitchell: The results of the preliminary studies are public. They were publicly released by the Canadian Cancer Society.

• 1020

Mr. Pagtakhan: You mention in your written brief that there is some good *prima facie* and empirical evidence. I asked our researchers one time to look up the meaning of empirical evidence for us and I am informed it consists of evidence based either on experiment or on experience. Is that your understanding of empirical evidence, too, when you indicate in your brief the presence of empirical evidence?

Ms Mitchell: Yes, and given that no jurisdiction has plain packaging, and therefore we do not have the experience, we're basing it on the experimental evidence with focus group testing with young people.

The Chairman: We're going to call the next witnesses. By way of explanation, we've been giving witnesses one-half hour each. The next group has an hour because they elected to combine their time. Each had been accepted as a witness before the committee and they've since combined their time. That's why the next session will be of an hour duration.

[Translation]

Mme Mitchell: Monsieur le président, comme nous avons un peu de temps et comme nous prendrons une pause. . .

Le président: Notre but n'est pas de tuer le temps, Brenda. Ce que nous faisons, c'est entendre le témoin et passer ensuite aux questions s'il y en a. Je n'ai pas vu d'autres intervenants et la séance est donc. . .

Mme Fry: Je ne savais pas que nous avions du temps. Je voulais simplement poser quelques questions rapides.

Le président: Ce n'est pas que nous avons le temps. Si vous avez une question, posez-la, mais évitez de tuer le temps, pour l'amour de Dieu.

Mme Fry: J'ai une question.

L'étude de l'anthropologue culturel est intéressante et appuie beaucoup de choses que nous savons au sujet des adolescents. Il suffit simplement de regarder leur tenue vestimentaire. Ils doivent porter certaines marques. Par exemple, les bottes Doc Marten sont la grande mode actuellement et les jeunes ne veulent rien porter d'autre, même si les bottes sont identiques. Il faut y lire la mention «Doc Marten». C'est la même chose pour les logos sur les vêtements, etc. Je crois donc que l'étude est importante. Pouvons-nous l'obtenir?

Mme Mitchell: Elle n'a pas encore été rendue publique. Je demanderai à la ministre de la Santé si nous pouvons la communiquer au comité.

Mme Fry: Merci.

M. Pagtakhan: Pouvez-vous dire au comité quand vous prévoyez que les études de l'Université de Toronto seront terminées?

Mme Mitchell: Les résultats préliminaires de l'étude ont été dévoilés en janvier dernier et je crois savoir que l'étude même devrait être rendue publique au cours de l'hiver 1995.

M. Pagtakhan: Aurons-nous le privilège de recevoir les résultats de l'étude préliminaire?

Mme Mitchell: Ils sont publics, car ils ont été dévoilés par la Société canadienne du cancer.

M. Pagtakhan: Vous dites dans votre mémoire qu'il y a de bonnes preuves *prima facie* et empiriques. J'ai demandé à nos chercheurs un jour de nous trouver ce que veut dire l'expression preuve empirique. On me dit qu'il s'agit d'une preuve fondée sur les essais scientifiques ou sur l'expérience. Est-ce ainsi que vous comprenez l'expression preuve empirique lorsque vous dites dans votre mémoire qu'il en existe?

Mme Mitchell: Oui, et comme aucun niveau de compétence n'a imposé la banalisation, car nous n'avons pas d'expérience à ce sujet, nous fondons notre affirmation sur les résultats d'expérience tirés de groupes d'essai et de discussions avec des jeunes.

Le président: Nous allons passer aux prochains témoins. Pour expliquer la situation, nous avons accordé aux témoins une demi-heure dans chaque cas. Les prochains groupes disposent d'une heure parce que leurs représentants ont choisi de combiner leur temps de parole. Chacun d'entre eux a été accepté comme témoin et ils ont depuis combiné leur temps de parole. Voilà pourquoi le prochain témoignage durera une heure.

[Texte]

We're going to take a minute for the transition.

[Traduction]

Nous allons nous arrêter une minute pour leur permettre de changer de place.

• 1021

• 1025

The Chairman: I ask the cameras to leave the room.

Now we welcome representatives from the R.J. Reynolds Tobacco Co. and Philip Morris International Inc. We'll invite the witnesses to speak in a moment.

Given that this session is an hour long rather than the usual half hour I should remind us all of what the ground rules are. We are here to hear evidence and that includes the opportunity to elucidate the evidence. It's difficult to do that if the witnesses talk at us for an hour.

We have your brief. Thank you for giving it to us beforehand. We are all reasonably intelligent people—at least we'll assume that. We've read the brief, digested it, ingested it; we understand it well. No need to read it to us a second time. If you want to make a brief summary of what you said in the brief, we would be happy to hear that, but we'd like to reserve a fair amount of the time for an exchange between the committee and the witnesses.

Good morning, Mr. Katz. Would you introduce your team, sir?

Mr. Julius L. Katz (President, Hills & Company, International Consultants): Thank you, Mr. Chairman, members of the committee. I appreciate the opportunity to be here before you today to discuss the issue of plain packaging. I have a brief summary statement of about 10 to 12 minutes, if that is acceptable, Mr. Chairman.

Let me note at the outset that I am not a lawyer. My expertise on the issue is based on over 30 years of experience in the United States government, much of it involved with international negotiations and agreements. Most recently I served as deputy United States trade representative in the Bush administration from 1989 to 1993, where I was the chief U.S. negotiator for the North American Free Trade Agreement. I also had principal responsibility for the Uruguay Round of multilateral trade negotiations.

You have the legal opinion, which we submitted to you, signed by the former U.S. trade representative, Mrs. Carla A. Hills, who is also the chairman of my company, Hills & Company. She signed the brief in her capacity as a partner in the law firm of Mudge Rose Guthrie Alexander & Ferdon. I am accompanied today by Mr. David Palmeter, who is a partner in that firm and an expert on trade law, as well as Richard Dearden, who is an expert on Canadian trade and intellectual property rights law and a partner in the Ottawa law firm of Gowling Strathy & Henderson.

I want to state at the outset that neither my testimony nor the legal opinion that we have submitted are intended to address the public policy or health aspects of the plain packaging initiative. I am appearing today for the sole purpose of discussing the trade aspects of the plain packaging proposal, specifically its implications for Canada's obligations under international agreements.

Le président: Je demande aux caméras de quitter la salle.

Nous accueillons maintenant les représentants de R.J. Reynolds Tobacco Co. et de Philip Morris International Inc. Nous inviterons les témoins à prendre la parole dans un instant.

Comme cette partie de la séance durera une heure plutôt qu'une demi-heure comme d'habitude, je nous rappelle à tous les règles de base. Nous sommes ici pour entendre des témoignages, ce qui comprend la possibilité d'obtenir des précisions. C'est difficile si les témoins nous parlent pendant une heure.

Nous avons votre mémoire. Merci de nous l'avoir fait parvenir d'avance. Nous sommes tous raisonnablement intelligents—du moins c'est ce que nous supposons. Nous avons lu le mémoire, nous l'avons digéré et nous le comprenons bien. Il n'est pas nécessaire de nous le lire une deuxième fois. Si vous voulez le résumer brièvement, nous serons heureux de vous entendre, mais nous voulons réservé pas mal de temps pour un échange de vues entre les membres du comité et les témoins.

Bonjour, monsieur Katz. Voulez-vous nous présenter votre équipe?

M. Julius L. Katz (président, Hills & Company, International Consultants): Merci, monsieur le président et membres du comité. Je vous remercie de nous permettre de venir discuter avec vous aujourd'hui de la question de la banalisation. J'ai un bref résumé de 10 à 12 minutes si cela vous est acceptable, monsieur le président.

Permettez-moi de souligner dès le départ que je ne suis pas avocat. Ma compétence spécialisée en la matière s'appuie sur plus de 30 ans d'expérience au gouvernement des États-Unis, période pendant laquelle je me suis occupé surtout de négociations et d'ententes internationales. Récemment, j'ai été sous-représentant commercial des États-Unis dans l'administration Bush de 1989 à 1993 et j'ai été négociateur en chef des États-Unis pour l'Accord de libre-échange nord-américain. J'ai aussi piloté les négociations commerciales multilatérales de l'Uruguay Round.

Vous avez l'avis juridique que nous vous avons remis, signé par l'ancienne représentante au commerce des États-Unis, M^{me} Carla A. Hills, qui est aussi présidente de mon entreprise, Hills & Company. Elle a signé le mémoire à titre d'associée du cabinet d'avocats Mudge Rose Guthrie Alexander et Furdon. M'accompagnent aujourd'hui MM. David Palmeter, associé du cabinet et expert en droit commercial, ainsi que Richard Dearden, expert en commerce international et en droit sur la propriété intellectuelle, et associé du cabinet d'avocats d'Ottawa Gowling Strathy & Henderson.

Je déclare d'entrée de jeu que ni mon témoignage ni l'avis juridique que nous vous avons présenté portent sur la politique publique ou sur les aspects du projet de banalisation qui ont trait à la santé. Je suis venu témoigner aujourd'hui uniquement pour discuter des aspects commerciaux du projet de banalisation et plus précisément de ses répercussions sur les obligations internationales du Canada.

[Text]

The Chairman: Mr. Katz, in that case maybe we can save both of us a lot of time.

The mandate of this committee is very specific. It is not a trade tribunal. It's not a court of law. Even within the tobacco area, its mandate is very, very limited. Its mandate is not to determine whether there will be job losses, whether there will be trade actions, any of the above or others I could list.

Let me read to you that mandate, the mandate which was supplied to both companies at the time you indicated you would like to come before the committee.

• 1030

The mandate is as follows:

1. To receive evidence and otherwise examine

(a) the effectiveness of plain packaging of tobacco products in reducing both tobacco consumption and smuggling;

(b) the legal considerations related to plain packaging.

2. To report on the findings of the enquiry and to make recommendations to the federal government.

Under 1.(b) of the terms of reference there may be some window of opportunity, but I would ask you—and as the chairman, I shall be vigilant on this matter—to keep your testimony related to the issue outlined in our mandate. If you're here to discuss some other issues, I'm sure you may want to discuss them, but you may be before the wrong forum. That's my point in interrupting you. If you still feel you have something to say within the constraints of that mandate, I'd invite you to proceed, but I give you notice that we want to stay within the mandate.

Mr. Katz: I understand Mr. Chairman. It is with respect to 1.(b) of your terms of reference that I base my testimony.

A plain packaging requirement would affect all cigarettes sold in Canada since all are branded with distinctive trademarks and trade dress, which includes distinctive lettering, designs, or colouring. Most of these brands are protected by trademarks owned or controlled by foreign investors that have invested significant time and money in developing these brands, which are major company assets and establish consumer recognition. These investors will lose highly valuable assets as a result of plain packaging, since by its very nature such a requirement prevents the use of the essential designs, colours, and lettering that are used to create a distinctive product package.

In my view, there can be no doubt that plain packaging requirements would violate Canada's international obligations to protect intellectual property rights under three agreements: the Paris Convention for the Protection of Industrial Property; the North American Free Trade Agreement, NAFTA; and the Uruguay Round Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, the TRIPS agreement.

[Translation]

Le président: Monsieur Katz, nous pourrions peut-être alors nous épargner beaucoup de temps à tous deux.

Le mandat du comité est très précis. Ce n'est pas un tribunal commercial ni un tribunal juridique. Même en ce qui concerne le tabac, son mandat est très limité. Le mandat du comité n'est pas d'établir s'il y aura perte d'emplois ou des interventions commerciales, par exemple.

Permettez-moi de vous lire le mandat que nous avons communiqué aux deux entreprises lorsque vous avez indiqué que vous vouliez comparaître devant le comité.

Le mandat se lit comme suit:

(1) Recueillir des témoignages et examiner

a) l'efficacité de l'emballage neutre des produits du tabac comme moyen de réduire la consommation et la contrebande du tabac,

b) et les questions législatives relatives à l'emballage neutre.

(2) Faire rapport sur les conclusions de l'enquête et présenter des recommandations au gouvernement fédéral.

L'alinéa 1b) du mandat peut offrir une certaine latitude, mais je vous demanderais—et, en tant que président, je serai vigilant à cet égard—de limiter votre témoignage à l'objet de notre mandat. Si vous êtes ici pour exposer d'autres problèmes, ce qui est assurément votre intention, vous n'êtes peut-être pas devant la bonne tribune. Voilà pourquoi je vous ai interrompu. Si vous croyez toujours avoir quelque chose à dire dans les limites de notre mandat, je vous invite à le faire, mais prenez note que nous voulons nous en tenir à notre mandat.

M. Katz: Je comprends, monsieur le président. Mon témoignage repose sur l'alinéa 1b) de votre mandat.

La banalisation obligatoire aurait des conséquences sur la vente de toutes les cigarettes au Canada, puisque toutes comportent des marques de commerce et une présentation distinctive, comprenant des lettres, dessins ou couleurs. La plupart de ces marques sont protégées par des marques de commerce qui sont possédées ou contrôlées par des investisseurs étrangers. Ceux-ci ont investi beaucoup de temps et d'argent à mettre au point ces marques, qui constituent des actifs importants, et à les faire reconnaître par les consommateurs. Ces investisseurs perdront un actif incommensurable si la banalisation est imposée, car cette mesure a justement pour objet d'empêcher l'utilisation de dessins, couleurs et lettrages essentiels qui servent à créer un produit distinctif.

Les exigences de la banalisation enfreindraient certainement les obligations internationales du Canada de protéger les droits de propriété intellectuelle en vertu de trois traités: la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle; l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA); et l'Accord de la série Uruguay sur les aspects de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, l'entente APIC.

[Texte]

The clear intent of these agreements is to protect the integrity and the value of legally registered trademarks and trade dress. In both the NAFTA and TRIPS agreements, the protection of intellectual property rights, including trademarks, was a fundamental part of these negotiations and forms part of the core of each agreement. Abandon these elements and you in effect abandon these agreements as a whole.

As a member of the Paris Convention, Canada is obligated to protect industrial property, including trademarks. Under the convention, trademark holders generally have the right to exclusive use of the trademark. Canada must prevent others from using similar trademarks that are liable to cause confusion.

We understand that the plain packaging requirements under consideration would effectively strip away established and distinctive trademarks and trade dress, resulting in packages that are not readily distinguishable from each other. This point is important. Confusion can be created by the use of identical or similar trademarks or forms of packaging. A plain packaging requirement would force companies to use a similar form of packaging.

The particular products in question have very strong brand identifications, and are marketed and considered by consumers as premium products. By restricting a company's ability to use trademarks and trade dress, plain packaging substantially erodes a consumer's ability to easily distinguish the products, thereby fostering the very confusion Canada is obliged to prevent.

Moreover, once registered, Canada must protect the trademark, except in certain limited exceptions that, as explained in the legal opinion, do not apply in this case. Plain packaging would deny protection to legally registered trademarks and trade dress of manufacturers of tobacco products.

The Paris Convention expressly prohibits Canada from conditioning trademark protection by the nature of the product. The interpretive history of the convention suggests that most countries, including Canada, recognize their obligations both to register all marks, regardless of the nature of the product, and to refrain from suppressing or limiting the exclusive right of trademark owners to use the mark as long as the sale of the product is legal.

Canada has even more specific obligations under the NAFTA to protect trademarks and trade dress. Not only must Canada protect against the infringement of a registered trademark by private parties, but NAFTA article 1708.10 specifically states that Canada or indeed any NAFTA party may not encumber the use of a trademark in commerce by special requirements such as a use that reduces the trademark's function as an indication of source. There are no general or specific exceptions to these requirements; they're absolute.

[Traduction]

Ces trois traités ont pour but évident de protéger l'intégrité et la valeur des marques de commerce et de la présentation distinctive enregistrée légalement. Dans l'ALÉNA et l'APIC, la protection des droits de propriété intellectuelle, y compris des marques de commerce, constituait une partie fondamentale des négociations et est maintenant intégrée aux principales dispositions de chaque traité. Abandonner ces éléments revient à abandonner l'ensemble des traités.

En tant que signataire de la Convention de Paris, le Canada est tenu de protéger la propriété intellectuelle, notamment les marques de commerce. Aux termes de l'entente, les titulaires d'une marque de commerce ont, d'une manière générale, le droit d'utiliser exclusivement cette marque. Le Canada doit empêcher toute autre utilisation de marques de commerce semblables qui serait susceptible de susciter la confusion.

Nous comprenons que la proposition de banalisation des emballages enlèverait effectivement toutes les marques de commerce établies et distinctives de même que leur présentation, et que les paquets deviendraient donc difficiles à distinguer les uns des autres. Ce point est important. Il est possible de susciter la confusion en utilisant des marques de commerce ou des formes d'emballage identiques ou similaires. La banalisation des emballages obligerait les sociétés à utiliser des emballages semblables.

Les produits particuliers dont il est fait mention sont commercialisés et considérés comme des produits de choix par les consommateurs qui s'identifient très fortement à une marque. En empêchant une société d'utiliser des marques et des présentations distinctives, l'emballage banalisé éroderait substantiellement la capacité du consommateur de distinguer facilement les produits et créerait chez lui la confusion que le Canada est justement tenu d'empêcher.

De plus, dès qu'une marque de commerce est enregistrée, le Canada doit la protéger, sauf dans des exceptions restreintes qui, comme on l'explique dans l'avis juridique, ne s'appliquent pas ici. L'emballage banalisé invaliderait la protection des marques de commerce et présentations distinctives enregistrées légalement que possèdent les fabricants de produits du tabac.

La Convention de Paris empêche expressément le Canada de faire reposer la protection de la marque de commerce sur la nature du produit. L'historique de l'interprétation de la disposition laisse entendre que la plupart des pays, dont le Canada, reconnaissent leurs obligations d'enregistrer toutes les marques sans égard à la nature du produit, mais aussi de ne pas supprimer ni limiter le droit exclusif du titulaire de la marque de l'utiliser en autant que la vente du produit soit légale.

Le Canada a des obligations encore plus spécifiques aux termes de l'ALÉNA de protéger les marques de commerce et la présentation distinctive. Non seulement le Canada doit-il offrir une protection contre la violation des marques de commerce enregistrées par des parties privées, mais l'alinéa 1708(10) de l'ALÉNA prévoit que le Canada ou toute autre partie de l'Accord ne peut entraver l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce par des prescriptions spéciales, tel l'usage d'une marque de commerce qui réduit sa fonction comme indication de source. Il n'existe aucune exception générale ou spécifique à ces dispositions. Elles ont un caractère absolu.

[Text]

There can be no doubt that Canadian enactment of a plain packaging requirement would violate Canada's obligation under the NAFTA to provide adequate and effective protection to basic trademark intellectual property rights; moreover, it would create confusion as to the source of the products, again in violation of Canada's commitments. Finally, plain packaging would constitute a substantial encumbrance on company use of the trademark and trade dress, yet another violation of Canada's NAFTA commitments.

With respect to the TRIPS agreement in the Uruguay Round, Canada recently signed the final act embodying the results of the Uruguay Round of multilateral trade negotiations. While this agreement is not yet in force, as a signatory, Canada has agreed to bring itself into compliance with the agreement upon implementation. The TRIPS agreement is similar to the Paris Convention in that signatories agree to protect the rights of trademark holders to prevent others from using identical or similar marks, where such use would create the likelihood of confusion. And as in the NAFTA, the TRIPS agreement says the use of a trademark may not be unjustifiably encumbered by special requirements.

Plain packaging would violate Canada's prospective obligations in the TRIPS for two reasons. Since the appearance of the products would be substantially similar regardless of the manufacturer, plain packaging would create the type of confusion proscribed by the agreement. In addition, plain packaging would be a special requirement that would encumber the use of the trademark and trade dress.

If, despite these obligations, Canada were to introduce a plain packaging requirement, such action would constitute an expropriation of property under the NAFTA's investment provisions. The NAFTA provides that no party may expropriate an investment—which includes intangible property such as trademarks and trade dress—unless it does so for a public purpose on a non-discriminatory basis in accordance with international law, and on the payment of prompt, adequate and fully realizable compensation.

A plain packaging proposal would significantly encumber the use of a trademark and trade dress, and as such would result in an expropriation under the terms of the NAFTA. U.S. companies that own trademarks or that have investments in companies that own trademarks would have the right to invoke protection under the NAFTA. If such an expropriation occurred, the Canadian government would have to face huge compensation claims. I'm told by the companies that these claims could amount to hundreds of millions of dollars.

In conclusion, I want to make it clear that I do not dispute Canada's ability or right to prohibit the use of products that can be shown to be harmful to health, but Canada cannot attempt to discourage the consumption of such products through measures that violate its obligations under international agreements to which it is a party.

[Translation]

L'adoption d'une loi sur l'emballage banalisé ferait assurément obstacle à une protection adéquate et efficace des droits de propriété intellectuelle fondamentaux liés aux marques de commerce. De plus, le Canada susciterait la confusion quant à la source des produits, enfreignant à nouveau ainsi ses engagements. Enfin, autre violation des engagements du Canada en vertu de l'ALÉNA, l'emballage banalisé gènerait énormément l'utilisation de la marque de commerce et de la présentation distinctive par les sociétés.

Le Canada a signé récemment l'acte final de l'Accord APIC, qui intègre le résultat de la série Uruguay des négociations commerciales multilatérales. L'accord n'est pas encore en vigueur, mais le Canada, en tant que signataire, a convenu de le respecter au moment de sa mise en application. L'Accord APIC ressemble à la Convention de Paris, en ce sens que les signataires ont convenu de protéger les droits des titulaires de marques de commerce contre toute utilisation de marques identiques ou semblables par d'autres lorsque cela risque de susciter la confusion. À l'instar de l'ALÉNA, l'Accord APIC stipule que l'usage d'une marque de commerce ne peut, sans justification, être entravé par des prescriptions spéciales.

La banalisation de l'emballage enfreindrait les obligations prospectives du Canada aux termes de l'APIC et cela, pour deux raisons. En effet, la banalisation des paquets de cigarettes créerait exactement le genre de confusion interdit par l'Accord, étant donné que l'apparence des produits serait essentiellement semblable, peu importe le fabricant. De plus, la banalisation de l'emballage constituerait une exigence spéciale qui gènerait l'utilisation d'une marque de commerce et de sa présentation distinctive.

Si, malgré ces obligations, le Canada devait prescrire la banalisation de l'emballage, une telle mesure signifierait l'expropriation d'une marque de commerce aux termes des dispositions de l'ALÉNA qui ont trait à l'investissement. L'ALÉNA prévoit qu'aucune des parties ne peut exproprier un investissement—ce qui comprend un bien incorporel comme une marque de commerce et une présentation distinctive—sauf pour des raisons d'intérêt public, sur une base non discriminatoire, en conformité avec l'application des lois internationales et moyennant le versement d'une indemnité prompte, adéquate et entièrement réalisable.

La banalisation de l'emballage entraverait considérablement l'utilisation d'une marque de commerce et d'une présentation distinctive et constituerait donc une expropriation aux termes de l'ALÉNA. Les entreprises américaines qui possèdent des marques de commerce ou qui ont des investissements dans des sociétés qui possèdent des marques de commerce ont le droit d'invoquer la protection de l'ALÉNA. Même si une telle expropriation survenait, le gouvernement canadien ferait face à des dédommages qui pourraient atteindre des centaines de millions de dollars.

En conclusion, je ne mets aucunement en question la capacité ou le droit du Canada d'interdire des produits néfastes pour la santé. Toutefois, le Canada ne peut pas tenter de décourager l'usage de ces produits par des mesures qui enfreignent ses obligations en vertu d'accords internationaux dont il est signataire.

[Texte]

[Traduction]

The particular issue we are discussing here today is plain packaging for cigarettes. I am here, however, not on behalf of a product but on behalf of the principle that countries should not violate international agreements to which they are a party.

Canada and the United States have been leaders in the effort for over 50 years to build an international trading system based on a rule of law, represented by a structure of international agreements. This system has resulted in more than a 900% increase in world trade over this period, with more than a quadrupling of world production. Violation of the international agreements I have discussed would undermine this system, which has served so well the interests of both your country and mine and those of the whole world.

If Canada wants to adopt a plain packaging requirement, it may seek either to amend the agreements to which it is a party or withdraw from those agreements. But the committee should understand that the cost to Canada's economic interests of such action could be so large as to make it prohibitive.

Thank you, Mr. Chairman and members of the committee. I and my colleagues would be pleased to respond to your questions.

The Chairman: Thank you, Mr. Katz. Congratulations on your brevity.

• 1040

M. Martin: Merci monsieur le président.

Mr. Katz, this question is actually for you, if you don't mind. You mentioned in your brief that there's a strong association between brands and the product. In your estimation, would there be any change in consumption if that were removed?

Mr. Katz: Sir, I have a personal view, but I don't have an expert view on that question. I do not think I could answer that in a way that... My personal view is that brands affect market share between products but do not affect the consumption of the product itself. I would not urge you to rely on my personal opinion. I think you have much better expert opinion on that question.

Mr. Martin: In your 30 years of experience in this endeavour, would you say there would be an effect on consumption or not? I take your point that you're not an expert, as you claim.

Mr. Katz: Again, my personal view is that whether to use a product is not induced by brands, but rather the product itself. Whether you use one brand or another, whether you drive one automobile or another, depends on your evaluation of the automobile or the design or colour, but again I don't offer that as expert testimony.

Mr. Martin: Which one would get through the vector of advertisement, presumably?

Mr. Katz: If I want to drive an automobile, I drive an automobile. If I want a particular kind, I would be attracted by features, including the advertising for it, I suppose.

Mr. Martin: Mr. Katz, trademark changes with respect to tobacco under NAFTA would obviously have an effect on exporting tobacco, but would they have any effect on internal markets?

La question qui nous préoccupe aujourd'hui est la banalisation des paquets de cigarettes. Toutefois, mes instances ne se limitent pas à un produit, mais plutôt au principe selon lequel les pays ne devraient pas enfreindre les accords internationaux qu'ils ont signés.

Le Canada et les États-Unis sont, depuis plus de 50 ans, des chefs de file qui tentent de mettre sur pied un système commercial international basé sur une règle de droit et représenté par une structure d'accords internationaux. Un tel système a permis d'accroître de plus de 900 p. 100 le commerce mondial au cours de cette période et de quadrupler et plus la production mondiale. Toute infraction aux accords internationaux dont j'ai parlé saperait ce système qui a si bien servi les intérêts de votre pays, du mien et de tous les autres pays du monde.

Si le Canada désire adopter l'emballage banalisé, il pourrait soit chercher à modifier les accords auxquels il est signataire, soit s'en retirer. Toutefois, le comité doit comprendre que le coût d'une telle mesure pour l'économie du Canada la rendrait prohibitive.

Merci, monsieur le président et membres du comité. Mes collègues et moi-même serons heureux de répondre à vos questions.

Le président: Merci, monsieur Katz. Je vous félicite d'avoir été bref.

• 1040

M. Martin: Thank you, Mr. Chairman.

Monsieur Katz cette question s'adresse réellement à vous, si vous le permettez. Vous dites qu'il y a une forte association entre les marques et le produit. Selon vous, la disparition de cette association influerait-elle sur la consommation?

Mr. Katz: Monsieur, j'ai une opinion personnelle, mais non une opinion spécialisée de la question. Selon moi, les marques influent sur la part du marché des produits, mais non sur la consommation du produit lui-même. Je ne vous exhorte pas à vous fier à mon opinion personnelle, car vous avez sûrement accès à des opinions plus pertinentes sur cette question.

Mr. Martin: En vous fondant sur vos 30 années d'expérience dans ce métier, croyez-vous que la consommation serait touchée? Je prends bonne note du fait que vous n'êtes pas un expert, comme vous le dites.

Mr. Katz: Ici encore, toujours selon mon avis personnel, c'est le produit plutôt que la marque qui incite un consommateur à l'utiliser. Le choix d'un produit ou d'une automobile en particulier dépendra de votre évaluation du véhicule ou encore de la conception ou de la couleur du produit, mais ce n'est pas parole d'évangile.

Mr. Martin: Quel serait le facteur d'influence? Sans doute la publicité?

Mr. Katz: Si je veux conduire une automobile, j'en conduirai une. Si je désire un modèle particulier, je m'intéresserai à ses caractéristiques et, sans doute, à la publicité.

Mr. Martin: Monsieur Katz, les changements apportés aux marques de commerce dans le secteur du tabac aux termes de l'ALÉNA auraient évidemment des conséquences sur les exportations de tabac, mais en auraient-elles sur les marchés intérieurs?

[Text]

Mr. Katz: Yes, it seems to me that the obligation is very clear under NAFTA as well as the other two agreements. Parties are obligated to register trademarks to permit no encumbrance of that trademark or use by other parties. It doesn't depend on exports; in fact, exports are not mentioned at all. It's the registering and the use of the trademark within the territory of the party.

Mr. Martin: Mr. Katz, you're here, you say, on the principle of plain packaging under the trade agreements and such, and yet you're representing R.J. Reynolds and Philip Morris. What, sir, is your involvement with that company?

Mr. Katz: I have been engaged only to testify on the international agreement aspects of the issue.

Mr. Martin: On their behalf?

Mr. Katz: Yes, they have engaged me for that purpose.

Mme Picard: Bonjour monsieur Katz. L'article 2101 de l'ALÉNA que vous mentionnez dit qu'il est important de souligner qu'en matière d'exception générale aux obligations de l'ALÉNA fondée sur la santé et la sécurité, comme elles sont décrites, c'est spécifiquement exclu. Comme la banalisation du paquet de cigarettes vise à réduire le tabagisme chez les jeunes et chez les gens, c'est une question de santé. Pourquoi cela ne ferait-il pas partie de l'exception?

Mr. Katz: It is clear from the reading of the text that the exceptions for health or other purposes do not apply to intellectual property. There are exceptions for other parts of the agreement. For health it just doesn't apply. Mostly it applies to the question of goods.

Mr. Richard G. Dearden (Senior Partner, Gowling Strathy & Henderson): Do you want me to elaborate?

Mrs. Picard: Merci.

Mr. Dearden: Just to take an example, in chapter 17, article 1708.10 says—and I hate to sound like a lawyer here in giving you all cites, but it will help you when you get the record: “a Party may not encumber the use of a trademark in commerce by special requirements...” That's an absolute obligation, in our opinion.

[Translation]

M. Katz: Oui. Selon moi, l'ALÉNA et les deux autres accords sont très clairs à ce sujet: les deux parties sont tenues d'enregistrer les marques de commerce afin d'en empêcher toute utilisation ou entrave par une autre partie. Les exportations n'ont rien à voir là-dedans. De fait, elles n'y sont aucunement mentionnées. C'est l'enregistrement et l'utilisation de la marque de commerce dans le territoire de l'autre partie.

M. Martin: Monsieur Katz, vous êtes ici pour parler du principe de l'emballage banalisé en vertu des accords commerciaux, et pourtant, vous représentez R.J. Reynolds et Philip Morris. Quel est votre rôle dans cette société?

M. Katz: J'ai été embauché uniquement pour témoigner sur les aspects de la question qui touchent aux accords internationaux.

M. Martin: En leur nom?

M. Katz: Oui, j'ai été embauché à cette fin.

Mrs. Picard: Good day, Mr. Katz. Article 2101 of NAFTA, which you mentioned, says that any general exceptions from NAFTA obligations for reasons such as health and safety are specifically excluded. Since plain packaging targets a reduction of tobacco use in youth and in people in general, this is health related. Why is this not part of the exception?

M. Katz: À la lecture du texte, il est clair que les exceptions relatives à la santé ou à d'autres fins ne s'appliquent pas à la propriété intellectuelle. Il y a des exceptions dans d'autres parties de l'accord. Cela ne s'applique tout simplement pas à la santé, mais en grande partie à des biens.

Mr. Richard G. Dearden (associé principal, Gowling Strathy & Henderson): Me permettez-vous d'expliquer?

Mme Picard: Thank you.

M. Dearden: Prenons un exemple. Au chapitre 17, article 1708(10), il est dit—j'ai horreur de faire figure d'avocat avec toutes ces citations, mais elles vous aideront lorsque vous aurez le texte des délibérations en main: «une Partie ne pourra entraver l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce dans le commerce par des prescriptions spéciales...» Selon nous, c'est une obligation absolue.

• 1045

Why do we say that? The article you just cited, article 2101, which is the exceptions, tells you what parts of this agreement these exceptions apply to. You will notice that intellectual property is not specifically mentioned in article 2101, and that's where your health requirement comes into NAFTA.

TRIPS, the trade-related agreement on intellectual property, is another matter. But talking about NAFTA, it isn't mentioned.

Interestingly enough, intellectual property and health exceptions are mentioned for another concept called nullification and impairment, which we can get into later if you want, where it specifically mentions intellectual property rights being affected

Pourquoi? L'article 2101 que vous venez de citer précise les parties de cet accord auxquelles s'appliquent de telles exceptions. Vous noterez que la propriété intellectuelle n'est pas mentionnée spécifiquement dans cet article, pas plus d'ailleurs que votre prescription spéciale dans le domaine de la santé en vertu de l'ALÉNA.

L'APIC, la convention à caractère commercial sur la propriété intellectuelle, c'est une autre paire de manches. Mais pour revenir à l'ALÉNA, elle n'y est pas mentionnée.

Fait à souligner, les exceptions relatives à la propriété intellectuelle et à la santé y sont précisées à l'égard d'un autre concept appelé annulation et réduction d'avantages, que nous pourrons aborder plus tard si vous le désirez. Cette annexe

[Texte]

by these exceptions you just mentioned. But in terms of the ones we're dealing with, the cites we gave you, those exceptions do not apply. It's an absolute obligation for Canada to do what the words in article 1708.10 say. If those words say that you can't do plain packaging, in your interpretation, then Canada would be violating that provision of NAFTA and would be subject to a suspension of benefits of equivalent effect. So there is a cost.

Mme Picard: Merci.

Mr. Pagtakhan: Thank you for your presentation.

On that point, article 1708, you indicated that there is an absolute obligation that no party may encumber the use. Now, I am not a lawyer but incumbent in that provision is the use. Would you agree that there ought to be use?

Mr. Katz: Yes.

Mr. Pagtakhan: Could it not be argued that if plain packaging were enacted, the use of all trademarks would arguably be prohibited? Non-use of the trademark would in fact be mandated. This being the case, then what you are saying, in a sense, is that article 1708, which disallows encumbrances on use and therefore assumes use—which you have accepted—would not apply to a requirement that imposes an outright ban on the use. Wouldn't you agree?

I see that you're agreeing.

Mr. N. David Palmerter (Senior Partner, Mudge Rose Guthrie Alexander & Ferdon): First, sir, I think that's certainly an arguable position, argued against it. But second, if that interpretation were adopted, it would amount to the enactment confiscating the trademark, which would then put you into the compensation requirements of article 11 of NAFTA. If you are saying that Canada may prevent encumbrance of use by preventing use totally, then that amounts to confiscation or expropriation of a property right, in violation of article 11, leading to the compensation requirement Mr. Katz referred to in his testimony. I don't think that's the intention of article 17.

Mr. Pagtakhan: But article 1101, paragraph 4, stipulates that "Nothing in this Chapter shall be construed to prevent a Party from providing a service or performing a function such as . . health . . ."

Mr. Palmerter: Providing a service or performing a function, that's correct.

Mr. Pagtakhan: Such as health.

Mr. Palmerter: Such as health. Providing a service or performing a function is not the same as taking property.

Mr. Pagtakhan: Of course not, but if the function being subserved is to preserve the health of Canadians, then that is serving a function, is it not?

Mr. Palmerter: Serving a function is not performing a function, I believe.

[Traduction]

indique spécifiquement les droits de propriété intellectuelle qui sont touchés par les exceptions que vous venez de signaler. Toutefois, dans le cas des citations qui nous intéressent, ces exceptions ne s'appliquent pas. Le Canada a l'obligation absolue de respecter mot pour mot l'article 1708(10). Si cette disposition précise que vous ne pouvez banaliser l'emballage, selon votre interprétation, le Canada enfreindrait alors l'ALÉNA et pourrait subir une interruption d'avantages équivalents. Il y a donc un coût à cela.

Mrs. Picard: Thank you.

Mr. Pagtakhan: Merci de votre exposé.

En ce qui concerne l'article 1708, vous indiquez que toutes les parties ont l'obligation absolue de ne pas gêner l'utilisation d'une marque de commerce. Je ne suis pas avocat, mais l'utilisation fait bien partie de cette disposition, n'est-ce pas?

M. Katz: Oui.

Mr. Pagtakhan: Ne pourrait-on pas prétendre que si l'on prescrit l'emballage banalisé, l'utilisation de toutes les marques de commerce serait défendue? En fait, on imposerait la non-utilisation des marques. Cela étant, vous dites en quelque sorte que l'article 1708, qui interdit toute entrave à l'utilisation et, par conséquent, suppose qu'il y a utilisation—ce dont vous convenez—ne s'appliquerait pas à une prescription qui impose un interdit flagrant sur l'utilisation. N'êtes-vous pas d'accord avec cela?

Je vois que vous êtes d'accord.

M. N. David Palmerter (associé principal, Mudge Rose Guthrie Alexander & Ferdon): En premier lieu, monsieur, c'est sûrement une position défendable que vous avez attaquée. En second lieu, toutefois, l'adoption de cette interprétation signifierait une confiscation de la marque de commerce et vous astreindrait ainsi aux dédommages prévus par l'article 11 de l'ALÉNA. Si vous dites que le Canada peut éviter une entrave à l'utilisation en défendant totalement cette utilisation, cela revient à confisquer ou à exproprier un droit de propriété, en violation de l'article 11. On aboutirait ainsi aux dédommages dont M. Katz a fait état dans son témoignage. Je ne crois pas que ce soit l'intention de l'article 17.

Mr. Pagtakhan: Cependant, l'alinéa 4 de l'article 1101 prévoit qu'"aucune disposition du présent chapitre ne sera interprétée comme empêchant une Partie d'assurer des services ou d'exercer des fonctions, par exemple . . les services de santé . . ."

Mr. Palmerter: Assurer des services ou exercer des fonctions, c'est exact.

Mr. Pagtakhan: Comme la santé.

Mr. Palmerter: Comme la santé. Assurer un service ou exercer une fonction, ce n'est pas la même chose que prendre un droit de propriété.

Mr. Pagtakhan: Bien sûr que non, mais si la fonction favorisée consiste à préserver la santé des Canadiens, n'assure-t-on pas ainsi une fonction?

Mr. Palmerter: Assurer une fonction n'est pas exercer une fonction, si je ne m'abuse.

[Text]

Mr. Pagtakhan: It says, "...providing a service or performing a function such as...health..." In other words, if the restriction were serving a function, such as health, it will—

Mr. Palmeter: I'm challenging your premises, sir. I don't believe that's what it says. Of course this would be for an arbitration panel to ultimately decide, but it talks about performing a function. I think that clearly means government actions performing health-related services, providing services. It doesn't refer to expropriation of property protected by article 17.

Mr. Pagtakhan: In the written brief you said on page 7:

It should be added that, as a general principle of customary international law, countries can temporarily set aside their treaty obligations if necessary to deal with an unexpected emergency.

• 1050

Let me ask you this question, then. Do you believe that AIDS is a serious problem in the world?

Mr. Palmeter: My personal belief is yes, but I'm not here to talk about AIDS.

Mr. Pagtakhan: Yes, but it is very important because when you combine the number of deaths from AIDS, accidents, alcohol and drugs, when you combine all those deaths—which you said is a very serious issue—they, in fact, are fewer than the total number of deaths from smoking. So in a sense smoking constitutes a real emergency. Wouldn't you agree?

Mr. Katz: It is not a temporary emergency.

Mr. Pagtakhan: I see. How do you define temporary?

Mr. Palmeter: Again, sir, I think we've given you our opinion. I suppose this opinion would form the basis for a brief to an arbitration panel. Certainly if you want to describe something like the health concerns about tobacco as temporary, I don't know that would be a widely accepted view.

Mr. Pagtakhan: It is temporary until the patient dies.

Mr. Dearden: Since the mandate here is to talk about the legalities of what's being proposed, I wonder if I could also draw the committee's attention to the fact that Canada is a signatory to the Vienna Convention on the Law of Treaties. NAFTA is a treaty and TRIPS is a treaty. There are certain obligations in international law that we have to subscribe to as a country.

We are a signatory to article XXVI of that treaty. It requires Canada to perform the obligations of a treaty such as NAFTA, such as the provisions of chapter 17—which we've spoken about—in good faith. Article XXVII prohibits the Government of Canada from invoking those provisions of its internal law—such as a plain packaging requirement—that might be proposed by this committee, as justification for failure to perform a treaty obligation. I think those two articles should be kept in mind when the committee is dealing with that aspect of the mandate, which is the legality of breaching or not breaching a provision of NAFTA or GATT.

[Translation]

M. Pagtakhan: L'article dit «...assurer des services ou exercer des fonctions, par exemple... les services de santé...» Autrement dit, si la restriction était d'assurer une fonction, comme la santé, elle...

M. Palmeter: Je mets en doute vos prémisses, monsieur. Ce n'est pas ce qu'on dit. Bien sûr, il reviendrait en fin de compte à un comité d'arbitres de trancher la question, mais on parle ici d'exercer une fonction. Cela signifie clairement des mesures gouvernementales qui visent à assurer des services de santé, à fournir des services. Il n'y est fait aucunement mention de l'expropriation de droits de propriété protégés par l'article 17.

M. Pagtakhan: Vous dites à la page 6 de votre exposé:

Il est à noter que, comme principe général de droit international coutumier, les pays peuvent en cas d'urgence inattendue mettre temporairement de côté leurs obligations découlant de traités.

• 1050

Laissez-moi vous poser cette question: croyez-vous que le SIDA soit un problème grave dans le monde?

M. Palmeter: À mon avis, oui, mais je ne suis pas ici pour parler du SIDA.

M. Pagtakhan: Oui, mais il est très important, car le nombre total de décès attribuables au SIDA, aux accidents, à l'alcool et aux drogues—que vous considérez comme un problème très sérieux—est inférieur au nombre total de décès imputables au tabagisme. Dans un sens, ne trouvez-vous pas que le tabagisme constitue une urgence réelle?

M. Katz: Ce n'est pas une urgence temporaire.

M. Pagtakhan: Je vois. Comment définissez-vous temporaire?

M. Palmeter: Au risque de me répéter, monsieur, nous avons donné notre opinion. Cette opinion serait sans doute le fondement d'un mémoire présenté à un comité d'arbitres. Assurément, si vous désirez attribuer un caractère temporaire à des problèmes de santé comme ceux qui proviennent du tabac, je ne pense pas que beaucoup se rallieraient à votre opinion.

M. Pagtakhan: La situation est temporaire jusqu'à ce que le patient meure.

M. Dearden: Étant donné que le mandat du comité est d'examiner la légalité de la proposition, j'attire également votre attention sur le fait que le Canada est signataire de la Convention de Vienne sur l'interprétation des traités. L'ALÉNA est un traité comme l'APIC. Le droit international comporte certaines obligations auxquelles nous devons souscrire en tant que pays.

Nous sommes signataire de l'article 26 de ce traité, qui oblige le Canada à respecter en toute bonne foi les obligations d'un traité comme l'ALÉNA, par exemple les dispositions de l'article 17 dont nous avons parlé. L'article 27 empêche le gouvernement du Canada d'invoquer certaines dispositions de ses lois intérieures—par exemple une prescription sur la banalisation de l'emballage—que pourrait lui proposer ce comité, pour justifier une infraction à un traité. Le comité aurait donc avantage à tenir compte de ces deux articles lorsqu'il traitera de cet aspect de son mandat, c'est-à-dire la légalité d'enfreindre ou non une disposition de l'ALÉNA ou du GATT.

[Texte]

[Traduction]

You have to interpret these provisions in good faith. If you look at the preamble to NAFTA and at the NAFTA objectives, you see that a core part of the NAFTA is strong protection and enforcement of intellectual property rights. That has to colour or inform your interpretation of how you look at these words. I'm addressing this because you're looking at the word "use" or the word "health" in a particular article, but you have to inform that interpretation of those words in light of the overriding objectives of NAFTA.

These provisions we're talking about in our submission—the plain packaging proposal—would be an absolute violation of article 1708.10, as an example.

The Chairman: We're all out of time for this round.

Margaret.

Ms Bridgman: I'd like to get back to the package itself. When I look at a package of cigarettes—I don't think of this all the time when I look at it, but right now when I look at it—I don't really know what the trade name is on a package. What does the trade dress consist of? What is the company name, the brand name and the logo? All these terms are applied to the actual package, but when you look at a Marlborough, for example, it has the red and white with the inverted "v". Is that trade dress or is that a trade name? Is it a logo? How do we differentiate here?

Mr. Palmeter: I would ask Mr. Dearden, who is a Canadian lawyer, to comment.

In the United States it would depend upon two things. First, it would depend on what the company has actually registered as its trademark with our patent and trademark office. You would determine that by examining what in fact they have done. Second, we have a concept of the common law trademark, where non-registered aspects of a trademark such as configurations, colours, shapes and so forth can, over time, if they acquire what's called a secondary meaning, become the intellectual property of the company without registration.

Il importe d'interpréter ces dispositions en toute bonne foi. Vous constaterez qu'une partie fondamentale du préambule et les objectifs de l'ALENA visent à assurer une protection et une application vigoureuses des droits de propriété intellectuelle. Cela doit nuancer ou éclairer votre interprétation de ces termes. Si j'en parle, c'est parce que vous examinez le mot «utilisation» ou le mot «santé» dans un article donné, mais il importe que vous nuanciez cette interprétation à la lumière des objectifs prépondérants de l'ALENA.

Les dispositions mentionnées dans notre mémoire—la prescription au sujet de l'emballage banalisé—représenteraient une infraction absolue à l'article 1708(10), par exemple.

Le président: Nous n'avons plus de temps pour ce tour de questions.

Margaret.

Mme Bridgman: Permettez-moi de revenir au paquet lui-même. Lorsque je regarde un paquet de cigarettes—ce n'est pas ce qui me passe par la tête chaque fois que j'ai un paquet devant les yeux, mais c'est actuellement l'impression que j'en ai—je ne sais vraiment pas ce qu'est le nom commercial sur ce paquet. En quoi consiste la présentation distinctive? Quel est le nom de la société, le nom de commerce et le logo? Tous ces termes et expressions s'appliquent au paquet, mais si l'on examine un paquet de Marlborough, par exemple, le carton est rouge et blanc avec un «v» inversé. Est-ce la présentation distinctive ou le nom de commerce? Est-ce un logo? Comment faisons-nous la distinction?

M. Palmeter: M. Dearden, qui est avocat canadien, voudra sans doute vous répondre.

Aux États-Unis, cela dépend de deux choses: d'abord, de ce que la société a effectivement enregistré comme marque de commerce auprès de notre bureau des brevets et marques de commerce. On pourra donc le déterminer d'après les documents qu'elle a déposés. En second lieu, le droit coutumier précise que les aspects non enregistrés d'une marque de commerce, par exemple, les configurations, couleurs et dimensions peuvent, avec le temps, si elles acquièrent ce qu'on appelle une signification secondaire, devenir la propriété intellectuelle de la société sans qu'elle soit obligée de les enregistrer.

• 1055

I don't know if that same domestic law would apply in Canada or not.

Mr. Dearden: It is very similar, but might I draw your attention—I don't know if it's been filed—to the submission by Glen Bloom of Osler Hoskin & Harcourt on behalf of, I believe, the Patent and Trademark Institute of Canada. On page two he talks about what are word marks, what are logos and what are design marks. He explains those in IP language. I'm a trade lawyer, not an IP lawyer. He explains what those are.

I think trade dress is a collective for the colour and names in designs that you'll find on a package.

J'ignore si cette interprétation interne s'appliquerait aussi au Canada.

M. Dearden: C'est très semblable, mais j'aimerais vous signaler un mémoire—je ne sais pas s'il a été déposé—préparé par Glen Bloom de Osler Hoskin au nom, je crois, de l'Institut canadien des brevets et marques. À la page 2, il explique ce que sont les lettres, les logos et les symboles. Il donne ces explications en langage de la propriété intellectuelle. Je suis spécialisé en échanges commerciaux, mais non en propriété intellectuelle. Il explique ce que veulent dire ces termes.

Je pense que la présentation est un terme collectif qui regroupe la couleur et les noms figurant sur le dessin d'un emballage.

[Text]

[Translation]

Ms Bridgman: Is it customary, when you're looking at registering a trademark or trade dress, to actually consider the size and shape of the package and include it in the request to be identified as a trademark? Whether it's long and flat, short and narrow, tall and wide—

Mr. Palmeter: I don't know if it's customary to give dimensions, but certainly an example of the design itself is included.

Ms Bridgman: So it's more the colour and the picture or the—

Mr. Palmeter: It comes down to what is distinctive about it. For example, the word "Kodak" is a registered trademark. It doesn't depend upon the size of the word. In any size of type it's still the product of the Eastman Kodak Company.

Mr. Dearden: Could I draw your attention to article 1708.1, which defines trademark very broadly:

[It] consists of any sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or service of one person from . . . another, including personal names, designs, letters, numerals, colors, figure elements, or the shape of goods or of their packaging.

So it can be all of those. It depends on how creative the person who came up with the mark is.

Ms Bridgman: If plain packaging was to go to a standardized kind of format, then basically it's open to violating this concept of trademark or . . .

Thank you.

Mr. Szabo: Welcome, gentlemen. I read with interest all of the material you sent us. There was quite an amount. I have to tell you, first of all, I was a little bit disappointed we don't have representatives who are employed by the company prepared to speak on behalf of the company's interest.

One of the big questions we've been asked about is whether there's any evidence of the linkage between plain packaging and the desire to smoke, particularly in young people. You have raised the whole issue of NAFTA and the GATT and the TRIPs part of the Uruguay Round agreement.

You've basically said that in your opinion it's probably subject to an arbitration board interpretation. It may ultimately proceed to that. Thank you for the information and your opinion, but please answer the question, if Canada were to ban tobacco totally, would there—

Ms Fry: Do you mean make it illegal?

Mr. Szabo: No, just ban tobacco totally. Would it be an infringement against tobacco producers and manufacturers because they couldn't use their logos and trademarks in Canada?

Mr. Katz: It would certainly not be a violation of the trademark provision. Clearly Canada could ban or regulate in other ways the consumption of the product.

Mme Bridgman: Est-il courant, quand on étudie l'enregistrement d'une marque de commerce ou d'une présentation commerciale, de tenir effectivement compte de la dimension et de la forme du paquet et de l'inclure dans la demande de marque de commerce? Comme préciser si c'est long et plat, court et étroit, haut et large . . .

Mr. Palmeter: J'ignore s'il est d'usage de donner les dimensions, mais on inclut certainement un exemple du dessin lui-même.

Mme Bridgman: De sorte que c'est plutôt la couleur et l'image ou . . .

Mr. Palmeter: Il s'agit de définir ce qui le différencie du reste. Par exemple, le mot «Kodak» est une marque de commerce. Peu importe la dimension du mot. Quelle que soit la grosseur des caractères, c'est un produit de la société Eastman Kodak Company.

Mr. Dearden: J'attire votre attention sur le paragraphe 1 de l'article 1708, qui définit la marque de commerce en termes très généraux:

... On entend . . . tout signe, ou toute combinaison de signes, propre à distinguer les produits ou les services d'une personne des produits ou services d'une autre personne, notamment les noms de personnes, les dessins, les lettres, les chiffres, les couleurs, les éléments figuratifs ou la forme des produits ou de leur emballage.

Ça peut donc être tous ces éléments. Tout dépend de la créativité de la personne qui a imaginé la marque.

Mme Bridgman: Si l'emballage neutre aboutissait à un format uniforme, on pourrait juger qu'il contrevient à cette notion de marque de commerce ou . . .

Merci.

Mr. Szabo: Bonjour messieurs. J'ai lu avec intérêt toute la documentation que vous nous avez envoyée. Il y en avait beaucoup. Je dois vous dire en premier lieu que je suis un peu déçu qu'aucun membre du personnel de la société ne soit venu la représenter pour défendre ses intérêts.

Une des grandes questions qu'on nous a posées est de savoir s'il y a des preuves du lien entre l'emballage neutre et le désir de fumer, surtout chez les jeunes. Vous avez invoqué la grande question de l'ALÉNA et du GATT, ainsi que les APIC faisant partie de l'Accord de l'Uruguay Round.

Vous avez dit qu'à votre avis, ce serait probablement soumis à une interprétation d'une commission d'arbitrage. Peut-être qu'on finira par se rendre jusque là. Je vous remercie des renseignements et avis que vous nous avez donnés, mais je vous demande de répondre à la question suivante: si le Canada interdisait le tabac totalement, y aurait-il . . .

Mme Fry: Vous voulez dire le rendre illégal?

Mr. Szabo: Non, seulement l'interdire en totalité. Empêterait-on ainsi sur les droits des producteurs et fabricants de tabac parce qu'ils ne pourraient plus utiliser leurs logos et marques de commerce au Canada?

Mr. Katz: Ça ne serait certainement pas une infraction à la législation sur les marques de commerce. Il est évident que le Canada pourrait interdire ou réglementer d'autres façons la consommation du produit.

[Texte]

Mr. Szabo: If that's the case, if banning tobacco totally would not be a problem under GATT and NAFTA, then why is it you think a less intrusive regulatory provision would be?

Mr. Palmeter: The action would be directed at trademark and not really at the product. You can regulate the product, but—

Mr. Szabo: I've read the legal opinion that was provided on behalf of both companies. It's a lengthy opinion. It seems to me, however, that the opinion was given in the context of a restriction, or a focus on one party vis-à-vis all other parties, rather than applying to a situation where everybody had to play in the same ballpark or on a level playing field. Do you understand the question?

[Traduction]

M. Szabo: Dans ce cas, si l'interdiction totale du tabac ne pose pas de problème par rapport au GATT et à l'ALÉNA, pourquoi alors pensez-vous qu'une réglementation moins draconienne en poserait un?

M. Palmeter: L'action viserait alors la marque de commerce, et non pas vraiment le produit. Vous pouvez réglementer le produit, mais... .

M. Szabo: J'ai lu l'avis juridique soumis au nom des deux sociétés. C'est un avis très verbeux. Il me semble, cependant, que cet avis a été donné dans le contexte d'une restriction, ou en plaçant une partie vis-à-vis de toutes les autres, plutôt qu'en fonction d'une situation où tout le monde se trouve sur un pied d'égalité ou avec les mêmes règles du jeu. Comprenez-vous ma question?

• 1100

The fact is this opinion seems to suggest it would be a problem if, say, American tobacco producers couldn't use their logos when people in Canada could use theirs. The opinion really doesn't seem to address the fact or the issue that all people playing in the tobacco game in Canada would be under the same rules. How would you demonstrate there was a loss if everybody was equal?

Mr. Katz: I think it's very clear from the language of the agreements that the purpose of the trademark is to prevent confusion as to the source of the product. It doesn't merely refer to discrimination between nationals and foreigners, but it talks generally about trademarks and the fact that you cannot restrict the use of a trademark based on the product. Now you can ban the product, but you can't say you can't provide a trademark for a particular product. That, it seems to me, is very clear from reading the agreement.

Mr. Szabo: Finally, Mr. Chairman, I'd like to make reference—and unfortunately the companies are not here—to the Philip Morris International Inc. 1993 annual report. I went through it and a press release to pick out some points of interest. The points of interest were things like the following.

There are shareholder class-action suits against Philip Morris and several of its officers right now with regard to false and misleading statements; there are a number of litigations based on failure to warn and the neutralization of federally moderated warnings I also note in the press release that the two companies have been engaged in such marketing activities as providing children with Marlboro scribblers to write on. They've also been advertising Lucky Strike cigarettes in children's comic books. They have also been giving out free Camel cigarettes to 15 and 16-year-old students at schools, and finally, they sponsored a rock concert for which admission was five empty packs of Winston cigarettes.

I have to ask myself about the corporate responsibility and social responsibility demonstrated by these companies, particularly when I note that the advertising and research money spent by Philip Morris in 1993 went up \$2.2 billion, or 16.8%, and that tobacco represents approximately 25% of their business.

Cet avis semble indiquer qu'il y aurait un problème si, par exemple, les fabricants de tabac américains ne pouvaient pas utiliser leurs logos alors que les Canadiens pourraient utiliser les leurs. Cet avis ne semble pas tenir compte du fait que tous les intervenants de ce domaine, au Canada, seraient assujettis aux mêmes règles. Comment pourriez-vous faire la preuve d'une perte si tout le monde est sur un pied d'égalité?

M. Katz: Je pense qu'il ressort clairement du texte des accords que l'objet de la marque de commerce est de prévenir toute confusion quant à l'origine du produit. Il n'est pas simplement question d'éviter la discrimination entre les nationaux et les étrangers, mais on y parle de marques de commerce en général et du fait qu'on ne peut pas restreindre l'emploi d'une marque de commerce pour des motifs reliés au produit. On peut évidemment interdire le produit, mais on ne peut pas dire qu'il est interdit de fournir une marque de commerce pour un produit particulier. Je pense que cela ressort clairement du texte de l'accord.

M. Szabo: Pour finir, monsieur le président, j'aimerais citer—and je regrette l'absence des sociétés—the rapport annuel de 1993 de Philip Morris International Inc. En le parcourant, ainsi qu'un communiqué, j'ai relevé quelques points intéressants, comme les suivants, notamment.

Des actionnaires ont intenté des recours collectifs contre Philip Morris et plusieurs de ses cadres au sujet de déclarations fausses et trompeuses. D'autres litiges reposent sur l'omission d'avertir et la neutralisation d'avertissements fédéraux modérés. Je note également dans le communiqué que les deux sociétés ont fait de la publicité en distribuant notamment aux enfants des cahiers de brouillon portant la marque Marlboro. Elles ont également fait la publicité des cigarettes Lucky Strike dans des bandes dessinées pour enfants, ont distribué gratuitement des cigarettes Camel à des élèves de 15 et 16 ans dans les écoles, et finalement, parrainé un concert rock dont le prix d'entrée était cinq paquets vides de cigarettes Winston.

Je ne peux m'empêcher de me poser des questions sur le sens des responsabilités sociales de ces entreprises, et surtout quand je constate que les fonds de publicité et de recherche dépensés par Philip Morris en 1993 ont augmenté de 2,2 milliards de dollars, soit de 16,8 p. 100, et que le tabac représente environ 25 p. 100 du chiffre d'affaires de la société.

[Text]

If packaging, the marketing of the message, and brand imagery, etc., makes no difference, can you please explain to me why you think this issue isn't important?

Finally, I will read, for your comment—Mr. Chairman, this is from the letter from the chairman of the board and the chief executive officer, as well as the president and chief operating officer of Philip Morris. They say that:

Our new pricing strategy and actions had a simple objective: to narrow the price gap between our premium products and discount competitors to a point where—

—this is the operative area—

—consumers would once again base their purchases on brand quality, imagery and preferences, rather than on price. . .

The whole thrust of the marketing of Philip Morris is brand imagery and price, to try to get people to associate smoking their brands with styles of life or quality, to demonstrate their inadequacies, and to give them something to hang on to that is going to make them closer to the ideal as defined by Philip Morris.

Why are you here trying somehow to say, on behalf of these two major tobacco manufacturers, that they're not contributing to the problem or the solution, whichever way you want to take it?

Mr. Katz: I will say just very briefly that tobacco is a legal product. What they are doing is marketing their brands over other brands. It's a question of market share. Again, I'm not here to defend the product but to address the trademark issue.

• 1105

Mr. Dearden: It is clear that part of the mandate is to deal with the legalities of what is being proposed.

Mr. Szabo: Mr. Chairman, I really—

The Chairman: Mr. Szabo, we've already indulged you almost twice your time. We can come back for another round if you like. If we can have a brief response, then we'll go back to the other members.

Mr. Dearden: I'm not trying to be argumentative here; I was just talking to you about what Canada's international obligations are in having signed these agreements.

They're signed, and, as Mr. Katz said earlier in his statement, the solution is to amend those obligations. Canada is under an obligation to abide by those obligations that have been signed and implemented, at least in the case of NAFTA, in good faith. That's what we're here to address.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): I'm in agreement with what the chairman said when he began this exercise. I feel completely unprepared to discuss the law involved here, but I think some things are challenging my common sense.

Right now there are restrictions on trademarks. Belvedere, Phillip Morris International, or whatever, can't put an ad in *Maclean's* magazine. That's a restriction. So I don't understand why that doesn't extend to other kinds of advertising.

[Translation]

Si l'emballage, la promotion du message, l'image de marque, etc., ne font aucune différence, pouvez-vous m'expliquer pourquoi vous pensez que cette question est sans importance?

Enfin, je vous demande ce que vous pensez—monsieur le président, c'est un extrait de la lettre du président du conseil et du chef de la direction, ainsi que du président et chef de la direction de Philip Morris. Voici ce qu'on peut lire:

Notre nouvelle stratégie et nos initiatives en matière de prix avaient un objectif très simple: réduire l'écart entre nos produits les plus chers et nos concurrents à rabais dans la mesure où . . .

. . . voici le passage important . . .

. . . les consommateurs recommenceraient à baser leurs achats sur la qualité, l'image de marque et leur préférence plutôt que sur le prix.

Tout le poids de la publicité de Philip Morris porte sur l'image de marque et le prix, pour tenter d'amener les gens à associer le fait de fumer les marques Philip Morris à des styles ou qualité de vie, à faire ressortir leurs insuffisances, et à leur donner un point d'ancre les aidant à se rapprocher de l'idéal défini par Philip Morris.

Pourquoi êtes-vous ici pour tenter de dire, au nom de ces deux grands fabricants de tabac, qu'ils ne contribuent pas au problème, ou à la solution, quel que soit l'angle sous lequel vous abordez la question?

M. Katz: Je répondrai simplement que le tabac est un produit légal. Ils cherchent simplement à faire prévaloir leurs marques sur d'autres marques. C'est une question de part du marché. Je répète que je ne viens pas ici pour défendre le produit mais pour parler de la question des marques de commerce.

•

Mr. Dearden: Il est clair qu'une partie du mandat consiste à traiter des aspects juridiques de ce que l'on propose.

Mr. Szabo: Monsieur le président, je pense vraiment . . .

Le président: Monsieur Szabo, je vous ai déjà consenti près du double de votre temps de parole. Nous pourrons revenir là-dessus plus tard si vous y tenez. Soyez bref et je donnerai la parole aux autres membres du comité.

Mr. Dearden: Je n'essaie pas d'engager une discussion; j'énonçais simplement les obligations internationales du Canada découlant de la signature de ces accords.

Ces documents sont signés, et comme M. Katz l'a dit tout à l'heure, la solution est de modifier ces obligations. Le Canada est tenu de respecter les engagements qu'il a signés et mis en œuvre, du moins dans le cas de l'ALÉNA, de bonne foi. C'est ce dont nous sommes venus parler.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): Je suis d'accord avec ce que le président a dit quand il a commencé cet exercice. Je ne me sens aucune compétence pour discuter de la loi évoquée dans ce cas, mais je trouve que certaines choses défient mon bon sens.

Il existe déjà des restrictions sur les marques de commerce. Belvedere, Phillip Morris International ou d'autres ne peuvent publier une annonce dans le magazine *Maclean's*. C'est une restriction. Je ne comprends donc pas pourquoi cela ne peut pas s'étendre à d'autres sortes de publicité.

[Texte]

Mr. Katz: It's not a restriction on the trademark. It doesn't provide—

Mr. Scott: My question then is, if you cannot do it there, then it isn't a restriction on a trademark. Then we say you cannot do it on the package and you say it is a restriction on a trademark. I don't understand that.

Mr. Dearden: It's because it got exempted under the agreement. That gets into the whole question of our culture—

Mr. Scott: Is it grandfathered? Is that what you're saying?

Mr. Dearden: Yes.

Mr. Scott: So because it was the case prior to the agreement, then that's the reason. Is that right?

Mr. Dearden: No. The advertising example you gave about what you can put in *Maclean's* magazine or the *Time* edition or *Sports Illustrated*, has all been dealt with elsewhere in the agreement to protect it.

Mr. Scott: Is the packaging legally advertising?

Mr. Palmeter: Legally it is not. I think that's the distinction. The ad in *Maclean's* magazine is just that. It's an ad in *Maclean's* magazine that says to smoke this brand or that brand or whatever.

Mr. Scott: Packaging is not a—

Mr. Palmeter: Trademarks are on the goods. They go with the goods in the sense that they identify the goods and they're aiming at consumers.

I think part of the statement that was read by Mr. Szabo earlier alluded to that fact. The company he was referring to was talking about selling its product in competition with the other products and hoping to get its market share back. That's what trademarks are for and that's what they're used for.

Mr. Scott: A trademark on a package is not advertising?

Mr. Palmeter: That's where trademarks go, on the goods.

Mr. Scott: They also go on ads. I'm trying to find out whether or not it's your opinion that packages are advertising.

Mr. Palmeter: We're referring to the trademarks themselves on the packages.

Mr. Scott: You mentioned one exemption by virtue of grandfathering, for instance. There must be other exemptions. The Charter of Rights and Freedoms is limited by some provisions for reasonable—

Mr. Dearden: Exactly.

Mr. Scott: You're the lawyers. You tell us what the exemptions are in NAFTA where limitations can be placed. You must have looked. You tell us what they are, because I'm very curious. I haven't read it myself and I'd like to know.

[Traduction]

M. Katz: Ce n'est pas une restriction quant à la marque de commerce, cela ne donne pas...

M. Scott: Voici ma question: si vous ne pouvez pas le faire là, ce n'est pas alors une restriction quant à la marque de commerce. Quand nous disons que vous ne pouvez pas le faire sur l'emballage, vous dites que c'est une entrave à la marque de commerce. Je n'y comprends rien.

M. Dearden: C'est parce que cela a été exempté par des dispositions de l'accord. On s'engage dans toute la question de notre culture...

M. Scott: Y a-t-il une clause d'antériorité? Est-ce ce que vous voulez dire?

M. Dearden: Oui.

M. Scott: C'est donc parce que c'était le cas avant l'accord, c'est cela la raison. Est-ce exact?

M. Dearden: Non. L'exemple de publicité que vous avez cité à propos de ce qu'on peut publier dans *Maclean's*, *Time*, ou *Sports Illustrated*, est protégé ailleurs dans l'accord.

M. Scott: Est-ce que l'emballage est légalement de la publicité?

M. Palmeter: Légalement, ce n'est pas le cas. C'est la distinction qu'il faut faire. Une annonce dans *Maclean's* n'est rien d'autre. C'est une annonce dans *Maclean's* qui vous incite à fumer telle ou telle marque.

M. Scott: L'emballage n'est pas...

M. Palmeter: Les marques de commerce sont sur les produits. Elles accompagnent le produit car elles aident le consommateur à le reconnaître.

M. Szabo y a fait allusion dans un passage de la déclaration qu'il a lue plus tôt. La société qu'il citait parlait de vendre son produit en concurrence avec d'autres produits et de tenter de récupérer sa part du marché. C'est la raison d'être des marques de commerce et c'est à cela qu'elles servent.

M. Scott: Une marque de commerce sur un emballage ne serait pas de la publicité?

M. Palmeter: C'est là que les marques de commerce se trouvent, sur les produits.

M. Scott: On les voit également dans les annonces. J'essaie de savoir si vous pensez oui ou non que les emballages sont de la publicité.

M. Palmeter: Nous parlons des marques de commerce elles-mêmes figurant sur les emballages.

M. Scott: Vous avez signalé une exemption en raison d'une clause d'antériorité, par exemple. Il doit y en avoir d'autres. La Charte des droits et libertés prévoit certaines limites raisonnables...

M. Dearden: Exactement.

M. Scott: C'est vous les juristes. Dites-nous donc quelles sont les exemptions dans l'ALÉNA qui permettent d'imposer des limites. Vous avez sans doute regardé. Dites-nous ce qu'elles sont, car je suis très curieux. Je n'ai pas lu l'accord et j'aimerais bien les connaître.

[Text]

Mr. Palmeter: We referred to them in our legal opinion. Again, all of this is in article 1708 trademarks, which I would commend to you. It's fairly short, paragraph 14:

Each Party shall refuse to register trademarks that consist of or comprise immoral, deceptive or scandalous matter . . .

The law on that as it's grown up in intellectual property issues over the years includes such things as obscenity and what not and what may in fact be registered as a trademark.

Mr. Scott: Those are the only limits on trademarks in that agreement, in your opinion.

Mr. Palmeter: That's right.

Mr. Scott: What about article 1710?

Mr. Palmeter: Article 1710 says you may not encumber by special requirements—oh, that's 1708.10.

Mr. Scott: Did you mean article 1708.10?

Mr. Palmeter: Article 1710 is layout designs of semiconductor integrated circuits. I don't think that—

Mr. Scott: You meant article 1708.10.

Mr. Palmeter: Article 1708.10 is one we would rely on heavily, in our opinion. That is the one that says a trademark may not be encumbered by special requirements.

The other one we refer to quite a bit is article 1708.5:

The nature of the goods . . . to which a trademark is to be applied shall in no case form an obstacle to the registration of the trademark.

You may not restrict it by virtue of the nature of the goods.

Mr. Scott: Considering the new warnings, have you argued they're some kind of an encumbrance on your trademark?

Mr. Palmeter: I don't believe so. I'm not familiar with them, but I don't believe so.

Mr. Scott: Finally, in how many jurisdictions have you represented these companies. Is this the only instance of fighting limitations on advertising of any kind?

Mr. Katz: Yes.

Mr. Palmeter: Yes.

Mr. Katz: It's not on advertising; it's on trademarks. It's specifically on trademarks.

[Translation]

M. Palmeter: Nous en avons parlé dans notre avis juridique. Je répète que tout cela se trouve dans l'article 1708 sur les marques de commerce, que je vous recommande de lire. Il est assez court, au paragraphe 14:

Chacune des Parties refusera d'enregistrer des marques de fabrique ou de commerce dont le contenu évoque quelque chose d'immoral, de trompeur ou de scandaleux . . .

La loi à ce propos, telle qu'elle s'est développée en matière de propriété intellectuelle au cours des années, comprend entre autres l'obscénité, et que sais-je encore, et ce que l'on peut en fait enregistrer comme marque de fabrique ou de commerce.

• 1110

M. Scott: Ce sont à notre avis les seules limites aux marques de fabrique ou de commerce dans cet accord.

M. Palmeter: C'est exact.

M. Scott: Que pensez-vous de l'article 1710?

M. Palmeter: L'article 1710 prévoit qu'aucune partie ne pourra entraver l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce par des prescriptions spéciales—oh, c'est le paragraphe 10 de l'article 1708.

M. Scott: Vouliez-vous dire le paragraphe 10 de l'article 1708?

M. Palmeter: L'article 1710 traite des schémas de configuration de circuits intégrés semi-conducteurs. Je ne pense pas que . . .

M. Scott: Vous vouliez bien dire le paragraphe 10 de l'article 1708.

M. Palmeter: Le paragraphe 10 de l'article 1708 serait le passage sur lequel nous nous appuierions fortement. On y lit qu'on ne peut entraver l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce par des prescriptions spéciales.

L'autre passage que nous citons souvent est le paragraphe 5 de l'article 1708:

La nature des produits . . . auxquels une marque de fabrique ou de commerce doit s'appliquer ne fera en aucun cas obstacle à l'enregistrement de la marque.

On ne peut pas faire obstacle en raison de la nature du produit.

M. Scott: À propos des nouveaux avertissements, avez-vous soutenu qu'ils constituent une sorte d'entrave à votre marque de commerce?

M. Palmeter: Je ne le crois pas. Je ne les connais pas bien, mais je ne le crois pas.

M. Scott: Enfin, dans combien de pays avez-vous représenté ces sociétés? Est-ce la seule fois que vous combattez des restrictions quelconques à la publicité?

M. Katz: Oui.

M. Palmeter: Oui.

M. Katz: Ce n'est pas à propos de la publicité, c'est à propos des marques de commerce. Il s'agit uniquement de marques de commerce.

[Texte]

Mr. Scott: Thank you.

Ms Fry: I must admit I find your presentation a little confusing. As the chair said earlier on, he felt it wasn't very pertinent to the things we were studying here today.

However, you have been allowed to present and I will ask you a question based on your presentation. I don't have the whole NAFTA agreement in front of me. Obviously you're at an advantage because you've talked about this.

Can you tell me anything about article 1710.12? I understand it permits limits to be on the trademarks. Can you read it for me, please?

Mr. Dearden: This concerns geographical origin?

Ms Fry: Article 1710.12.

Mr. Dearden: Article 1708.12?

Ms Fry: Article 1710.

Mr. Palmeter: No. There is no such article as 1710.12. I think you might be referring to article 1708.12.

Ms Fry: Fine. Let's hear what article 1708.12 says, because I understand it permits limits on trademarks.

Mr. Palmeter: It says:

A Party may provide limited exceptions to the rights conferred by a trademark, such as fair use of descriptive terms, provided that such exceptions take into account the legitimate interests of the trademark owner and of other persons.

It says the "fair use of descriptive terms".

Ms Fry: What would you consider to be a descriptive term for the tobacco product?

Mr. Palmeter: I would have to partly pass on that. I'm a trade lawyer more than an IP lawyer myself, but I know the questions of fair use and descriptive terms are terms that are used in this area when persons try to, for example, use a geographic designation to imply a product comes, or doesn't come, from a certain place. This is the type of thing it's referring to.

Ms Fry: You don't consider descriptive terms to be the description of the product itself? You were speaking to Mr. Scott about being immoral and deceptive.

Would you not say a descriptive term for this particular product, if you really wanted to describe it appropriately, is that it is an addictive and dangerous product? It is injurious to your health and it can cause you to die from various forms of disease and cancer.

Mr. Palmeter: I suppose if someone tried to register that description as its trademark, then this would apply. This would permit the government to refuse the registration of a trademark that did not make, in its judgment, a fair use of a descriptive term.

[Traduction]

M. Scott: Merci.

Mme Fry: Je dois reconnaître que votre exposé n'est pas très clair pour moi. Le président a d'ailleurs dit plus tôt qu'il ne voyait pas très bien le rapport entre votre exposé et ce que nous étudions aujourd'hui.

Cependant, on vous a permis de présenter votre mémoire et je vous poserai une question à ce propos. Je n'ai pas l'ALÉNA sous les yeux. Vous avez clairement l'avantage, car vous en avez parlé.

Pouvez-vous nous parler du paragraphe 12 de l'article 1710? Je crois comprendre qu'il autorise des limites aux marques de commerce. Pouvez-vous me le lire s'il vous plaît?

M. Dearden: Vous voulez parler de l'origine géographique?

Mme Fry: Le paragraphe 12 de l'article 1710.

M. Dearden: Le paragraphe 12 de l'article 1708?

Mme Fry: L'article 1710.

M. Palmeter: Non. Il n'y a pas de paragraphe 12 dans l'article 1710. Vous voulez sans doute parler du paragraphe 12 de l'article 1708.

Mme Fry: Bon. Voyons ce que dit le paragraphe 12 de l'article 1708, car je crois qu'il autorise des limites aux marques de commerce.

M. Palmeter: Voici le texte.

Une Partie pourra prévoir des exceptions limitées aux droits conférés par une marque de fabrique ou de commerce, par exemple en ce qui concerne l'usage loyal de termes descriptifs, à condition que ces exceptions tiennent compte des intérêts légitimes du titulaire de la marque et d'autres personnes.

Je relève les mots: «l'usage loyal de termes descriptifs».

Mme Fry: Quel serait à votre avis un terme descriptif pour les produits du tabac?

M. Palmeter: Je dois me désister en partie là-dessus. Je suis avocat spécialisé en commerce et non en propriété intellectuelle, mais je sais que les notions d'usage loyal et de termes descriptifs sont utilisées dans ce domaine lorsque des personnes essaient, par exemple, d'utiliser une désignation géographique pour suggérer qu'un produit vient, ou ne vient pas, d'un certain endroit. C'est le genre de choses dont il est question.

Mme Fry: Vous ne considérez pas que des termes descriptifs constituent la description du produit lui-même? Vous parlez à M. Scott de ce qui est immoral ou trompeur.

Ne diriez-vous pas qu'une façon de décrire ce produit particulier, si on veut vraiment le décrire correctement, est de le qualifier de toxicomanogène et dangereux? Il nuit à la santé et peut entraîner la mort par suite de diverses maladies et du cancer.

M. Palmeter: Je suppose que si quelqu'un essayait d'enregistrer cette description comme marque de commerce, la règle s'appliquerait alors. Cela permettrait au gouvernement de refuser l'enregistrement d'une marque de commerce qui, à son avis, ne constitue pas un usage loyal d'un terme descriptif.

[Text]

The question is, what does the applicant for a trademark claim? What we're dealing with here, as far as I know, are trademarks that have, for many years, been registered and accepted by the Government of Canada under laws that deal with such things as fair descriptive use.

You used the word "addictive". If a tobacco company wished to register this word as its trademark—

A voice: Or "non-addictive".

Mr. Palmeter: —or "non-addictive", then this would apply.

Ms Fry: It would be deceptive not to do that, wouldn't it? That's what it does. It is an addictive drug.

Anyway, I just wanted to ask you one more thing. Say the government institutes plain packaging that has a statement or description of what the product does. Isn't that issuing a descriptive trademark?

• 1115

Mr. Palmeter: I don't believe so.

Ms Fry: The government is issuing a descriptive trademark.

Mr. Palmeter: I don't believe so. I don't believe that's the way it works.

Ms Fry: That's how I see plain packaging.

Mr. Katz: You know the structure of all three agreements, in the first instance, requires parties to register trademarks and then it provides that the trademarks, once registered, may not be encumbered in ways that cause confusion as to source.

The paragraph to which you referred, in the first instance, deals with a limitation or an exception to the obligation to register. What we're dealing here with are trademarks that have already been registered and that would be encumbered by the proposed measure.

Mr. Dearden: These are intellectual property terms, Doctor. Would it be helpful if we provided you with a two-page submission, subsequently? Mr. Chairman, I'm in your hands. That is a term of art and intellectual property law and we're not intellectual property lawyers. Would it be helpful for us to provide that to you?

Ms Fry: No, it wouldn't, I'm sorry, because I think the chairman made the point earlier that what you are talking about here is related to trade practices. What we are talking about here is a product that we are trying to design a package for, looking at whether that will articulate what that product is about. In other words, we're talking about describing the product through its packaging, not anything to do with trade.

I think the trade issue, obviously, is a red herring that you've brought up. There's nobody in your group who is capable of discussing the issues that we want to discuss, which have to do with the product itself and with the packaging of that particular product. So I think you can give me as many descriptions as you want about trade, but we're not discussing trade; we are discussing a product and we're discussing how we market that product so that it is not attractive to people.

[Translation]

La question à poser est de savoir ce qu'un requérant prétend au sujet d'une marque de commerce. Nous parlons ici, si je ne m'abuse, de marques de commerce qui, depuis des années, sont enregistrées et acceptées par le gouvernement du Canada en application de lois traitant de notions comme l'usage descriptif loyal.

Vous avez utilisé le mot «toxicomanogène». Si un fabricant de tabac voulait enregistrer ce terme comme marque de commerce... .

Une voix: Ou «non toxicomanogène».

M. Palmeter: ... ou «non toxicomanogène»: cela s'appliquerait alors.

Mme Fry: Ce serait trompeur de ne pas le faire, n'est-ce pas? C'est l'effet du produit. C'est une drogue toxicomanogène.

Bref, je voulais vous poser une seule autre question. Supposons que le gouvernement impose l'emballage banalisé portant un énoncé ou une description des effets du produit. Ne serait-ce pas comme délivrer une marque de commerce descriptive?

Mr. Palmeter: Je ne le crois pas.

Mme Fry: Le gouvernement délivre une marque de commerce descriptive.

M. Palmeter: Je ne le crois pas. Je ne crois pas que ce soit la bonne façon de voir les choses.

Mme Fry: C'est comme cela que je comprends l'emballage banalisé.

M. Katz: Disons que la structure des trois accords prévoit d'abord que les parties enregistrent les marques de commerce, puis précise que les marques de commerce, une fois enregistrées, ne peuvent faire l'objet d'entraves qui suscitent la confusion quant à l'origine du produit.

Le paragraphe dont vous avez parlé, en premier lieu, traite des limites ou d'une exception à l'obligation d'enregistrement. Ce dont nous parlons ici, ce sont des marques de commerce déjà enregistrées que la mesure proposée viendrait entraver.

M. Dearden: Ce sont des termes de propriété intellectuelle, docteur. Serait-il utile que nous vous remettions ultérieurement un mémoire de deux pages? Monsieur le président, nous sommes prêts à le faire. Il s'agit d'un terme du droit des arts et de la propriété intellectuelle et nous ne sommes pas des spécialistes en la matière. Cela vous serait-il utile?

Mme Fry: Non, je regrette, parce que je pense que le président a déjà signalé plus tôt que ce dont vous parlez ici est relié aux pratiques commerciales. Ce qui nous préoccupe, c'est un produit pour lequel nous essayons de concevoir un emballage, pour déterminer s'il portera une description claire du produit. Autrement dit, nous parlons de la description d'un produit par son emballage, et non pas de l'activité commerciale qui le concerne.

Je trouve que cette dimension commerciale que vous amenez sur le tapis ne sert qu'à détourner l'attention. Personne dans votre groupe ne peut nous parler de ce qui nous intéresse, c'est-à-dire le produit lui-même et son emballage. Vous pouvez donc me donner toutes les descriptions que vous voulez sur le commerce, mais ce n'est pas ce dont nous parlons; ce qui nous occupe est un produit et nous cherchons à déterminer la façon de le vendre sans que les gens soient incités à l'acheter.

[Texte]

You said earlier, Mr. Katz, that one of the reasons you're concerned is that the brand will no longer be identified. It's obviously important for a brand to be identified. So we're talking about how we stop the brand being identified. This is exactly what we're talking about in plain packaging. I would like somebody to talk about that, as opposed to trade practices, because as far as I'm concerned they're a red herring.

You have told us a particular position on this and it is my understanding that there are lawyers in the audience who can refute your position. I am not a lawyer; I am not in a position to do that. I'm here to talk about plain packaging and you're not talking about plain packaging to me.

Mr. Katz: Well, Dr. Fry, if I may respectfully say, my purpose is not to present a red herring but to address one of the points in the terms of reference for the committee, which is the legal considerations related to plain packaging. The testimony we have presented has to do with legal considerations, namely, obligations of the Government of Canada under three international agreements to which it is a party.

Ms Fry: I heard that part of your testimony, sir.

The Chairman: All right. We've got ten minutes or so left. Let me tell you what I'm about to do.

First, as chairman, I just want to make a very brief statement and then, as a member of the committee, I want to exercise my right to raise questions. Then I'm going to acknowledge three people, all of whom have had brief interventions, in the following order: after me, Dr. Pagtakhan, Dr. Martin and Mr. Scott.

First of all, in my capacity as chairman, just let me say to the witnesses that, notwithstanding my misgivings at the beginning, I see the preceding discussions as having been useful in terms of our mandate and we'll certainly review the evidence that has been presented this morning, as we will all the other evidence on all sides of the issue.

Now, let me take off that hat and talk to you as a member of the committee, just for a moment. I share Paul Szabo's frustration. I saw *The Phantom of the Opera* last Sunday and it's like a repeat performance. The people you want to talk to you can't really see half the time. I say through you, to your companies and to other witnesses, that any witnesses that come before this committee should come through the front door, not the back one. If we'd had representation from a couple of, I'm sure, brilliant Washington lawyers to appear before this committee, our response would have probably been no, because we've got so many others who would like to appear and we've already denied some people the opportunity to come here, which is normally their right as Canadian citizens, given the timeframe and assuming we have enough time.

[Traduction]

Vous avez dit plus tôt, monsieur Katz, que vous craignez notamment que la marque ne soit plus reconnaissable. Il est évidemment très important qu'une marque soit reconnaissable. Nous parlons donc de la façon d'arrêter que la marque soit reconnue. C'est exactement ce qui est en jeu quand on parle d'emballage banalisé. J'aimerais bien que quelqu'un nous parle de cela, plutôt que de pratiques commerciales, parce que je considère qu'il s'agit d'une fausse piste.

Vous nous avez fait part de votre position particulière sur cette question et j'ai l'impression qu'il y a ici des avocats qui pourraient réfuter vos arguments. Je ne suis pas juriste et je ne peux donc pas le faire. Je suis ici pour parler d'emballage banalisé, et ce n'est pas ce dont vous me parlez.

M. Katz: Disons, madame Fry, avec tout le respect que je vous dois, que je ne cherche pas à vous lancer sur une fausse piste mais à traiter de l'un des points du mandat du comité, c'est-à-dire les questions législatives relatives à l'emballage neutre. Notre témoignage traite de considérations juridiques, soit les obligations du gouvernement du Canada en vertu des trois accords internationaux auxquels il est partie.

Mme Fry: Oui, j'ai bien entendu cette partie de votre témoignage.

Le président: Bon. Il nous reste une dizaine de minutes. Voici ce que je vais faire.

Je ferai d'abord une brève déclaration en ma qualité de président, puis, à titre de membre du comité, j'exercerai mon droit de poser des questions. Je donnerai ensuite la parole à trois personnes qui ont fait de brèves interventions, dans l'ordre suivant: après moi, le Dr Pagtakhan, le Dr Martin et M. Scott.

Premièrement, à titre de président, je veux dire aux témoins que, malgré les doutes que j'ai exprimés au début, la discussion qui vient de se dérouler me paraît utile en fonction de notre mandat et nous examinerons certainement avec soin le témoignage que nous avons entendu ce matin comme nous examinerons tous les autres témoignages présentés sur la question.

Maintenant, je parle comme simple membre du comité. Je suis aussi déçu que Paul Szabo. J'ai vu «Le fantôme de l'opéra» dimanche dernier, et c'est un peu comme une répétition. On ne réussit pas, une fois sur deux, à voir les gens à qui on veut parler. Je vous invite à dire à vos sociétés, comme je le dis à d'autres témoins, que ceux qui comparaissent devant notre comité doivent le faire par la grande porte, et non à la dérobée. Si on nous avait proposé de recevoir la visite de deux avocats de Washington, sûrement très brillants, nous aurions probablement refusé parce qu'il y a tant d'autres personnes qui veulent comparaître et que nous avons déjà privé de l'occasion de venir ici, comme c'est normalement leur droit comme citoyens canadiens, à cause du peu de temps dont nous disposons.

So you're here through the back door, in a sense. I'm not lecturing you; I'm lecturing the companies that sent you, because the people we want to talk to are not at the table and that's unfortunate. We're left talking to a couple of hired guns.

Vous arrivez donc ici à la dérobée, en quelque sorte. Ce n'est pas vous que je sermonne; ce sont les sociétés qui vous ont envoyés parce que les gens à qui nous voulons parler ne sont pas ici et c'est regrettable. On nous oblige à parler à des

[Text]

That's not meant to be disparaging either. You have a job to do and I don't argue that with you. I'm talking, through you, to the companies that asked you to be here. This puts the committee in a bit of a bind.

But we've nevertheless heard your testimony. Let me, as a member, just make a couple of points to your clients.

I get the impression that you're hiding behind the legalities. I'm from Newfoundland and we're very blunt in Newfoundland—very, very direct. You've probably gathered that already this morning. The net message that I hear is this: yes, smoking kills, but we've got a right to do it. That argument lacks integrity.

As I say, every time we put a question to you this morning, the response is that you're not an intellectual property lawyer and you're not here to defend a product. Then why the devil are you here? If you're here to talk about trademarks, perhaps we're all wasting our time, because the real question I'd like to put to the company relates to integrity. My line of questioning would go something like this—and if you can't answer the question, take it back to the companies and let them mail me an answer, if necessary.

Do you think smoking kills? Yes or no. I'm not a lawyer, so my questions are all going to be in mono-syllables. Do you refute all the evidence that it does kill? If you agree that it does kill, why do you want to hide behind the legal technicalities on this issue? Why do you want to drag out arguments of trademark, however good, if the end result is that statement I made to you just now, yes, smoking kills, but you've got a right to do it? Surely to God, there's got to be some basic integrity in this whole business somewhere. That's where I'd come to you, as the hired gun.

I understand that everybody has a right to a defence, even corporate entities, but there must come a point where certain things are indefensible. Having never been a lawyer I would nevertheless guess that there must be some cases you won't take on. My question to you then is, why have you taken on this one?

Mr. Katz: Mr. Chairman, it's very simple. I have made clear, and indeed even our legal opinion makes clear, that Canada has every right to regulate the consumption of tobacco and has a right to do so directly. We are not coming here via the back door.

It seems to me that our testimony is very straightforward. You have an unquestioned right to regulate the product. What you don't have a right to do, under international agreements, to which Canada is a party, is use the impairment of trademarks as a way of indirectly affecting the consumption of the product.

So there is nothing back-door about that; it's very straightforward.

The Chairman: Mr. Katz, my comment on the back door was only in the context that you are not the president of the R.J. Reynolds Tobacco Co., are you?

Mr. Katz: No, sir.

[Translation]

hommes de main. Ne prenez pas ce mot comme une attaque personnelle. Vous avez un travail à faire et je ne le conteste pas. Par votre intermédiaire, c'est aux sociétés qui vous envoient que je parle. Cela place notre comité dans une sorte d'impasse.

Nous avons néanmoins entendu votre témoignage. Mais comme simple membre j'ai une ou deux choses à dire à vos clients.

J'ai l'impression que vous vous abritez derrière des détails juridiques. Je viens de Terre-Neuve, et chez nous, nous n'y allons pas par quatre chemins. Vous avez dû vous en rendre compte ce matin. C'est comme si on me disait: oui, le tabagisme tue, mais nous avons le droit de le faire. Cet argument me choque.

Je le répète, chaque fois que nous vous posons une question ce matin, vous nous répondez que vous n'êtes pas avocat en propriété intellectuelle et que vous n'êtes pas ici pour défendre un produit. Alors, pourquoi diable êtes-vous ici? Si vous êtes ici pour nous parler de marques de commerce, nous perdons peut-être tous notre temps, parce que la question que je veux vraiment poser à la société porte sur son intégrité. Voici un peu comment je présenterais ma question—and si vous ne pouvez y répondre, rapportez-la aux sociétés qui pourront m'envoyer leur réponse par la poste, au besoin.

Pensez-vous que le tabagisme tue? Oui ou non. Je ne suis pas avocat et mes questions seront toutes du genre monosyllabique. Rejetez-vous toutes les preuves selon lesquelles le tabac tue? Si vous reconnaissiez que le tabac tue, pourquoi vous abritez-vous derrière des arguments juridiques? Pourquoi allez-vous chercher des arguments de marque de commerce, si valides soient-ils, si, en fin de compte, ce que j'affirme est vrai, c'est-à-dire que le tabac tue, mais que vous avez le droit de le vendre? Il me semble, Seigneur, qu'il devrait y avoir un minimum d'intégrité dans toute cette affaire. C'est dans cette perspective que je parle de vous comme d'hommes de main.

Je comprends que tout le monde a le droit de se défendre, même les sociétés constituées, mais il doit y avoir un point où certaines choses sont indéfendables. Je n'ai jamais été avocat, mais je pense quand même qu'il y a certaines causes que vous refusez de défendre. Je vous demande donc pourquoi vous avez pris cette cause.

M. Katz: Monsieur le président, c'est très simple. J'ai dit clairement, et je pense que notre avis juridique le confirme, que le Canada a parfaitement le droit de réglementer la consommation du tabac et a le droit de le faire directement. Nous ne venons pas ici à la dérobée.

Il me semble que notre témoignage est très franc. Vous avez le droit incontesté de réglementer ce produit. Ce que vous n'avez pas le droit de faire, en vertu des accords internationaux auxquels le Canada est partie, c'est de recourir à l'entrave des marques de commerce comme moyen indirect d'influencer la consommation du produit.

Il n'y a donc rien d'indirect dans tout cela. C'est tout ce qu'il y a de plus franc.

Le président: Monsieur Katz, quand je parlais de venir à la dérobée, je voulais simplement dire que vous n'êtes pas le président de R.J. Reynolds Tobacco Co. N'est-ce pas?

Mr. Katz: Non, monsieur le président.

[Texte]

The Chairman: No. I would have liked to have seen representatives of the company here. I said to you that it was no offence to you. I understand you have a job to do. You are "the back door" in the sense that you are from neither of the companies. That was my point and my entire point.

Mr. Katz: I understand that, Chairman, and I appreciate that. I felt the back-door comment also referred to the argument; that is, that we are using an indirect argument to counter your understandable concern about—

The Chairman: Again, I interrupt you. On that point I was careful to say to you, as chairman, that notwithstanding my misgivings at the beginning of the meeting, I appreciated your testimony and we would take it under consideration.

Mr. Katz: Yes, sir.

The Chairman: We have three interveners and about five minutes.

Mr. Pagtakhan: Is the trademark the whole face of the package? Does the trademark have to occupy the whole face of the package?

Mr. Palmeter: It can. It would be a question of whether, for any particular trademark—

Mr. Pagtakhan: In other words, if you just keep it to the barest minimum and still retain a trademark, tuck it in a corner, that trademark's still retained.

Mr. Palmeter: I believe the trademark is what the companies say it is and what the Government of Canada has already accepted and registered, whatever that is.

Mr. Pagtakhan: Does it have nothing to do with size?

• 1125

Mr. Palmeter: Yes, whatever the companies choose. If that is what has been registered, if that is what has been accepted as a trademark, then that would require examining the trademarks each company holds, whatever they happen to be.

Mr. Katz: It's clear from the agreement that the purpose of the trademark is to enable a consumer to distinguish one product from another or one brand from another. That's the worth of the trademark.

Mr. Pagtakhan: Along that line, I have read the specific provisions of the act in preparation for this meeting. Although I am not a lawyer like my colleagues, I forced myself to be a lawyer overnight. I do not know if I have succeeded. But I tell you I agree the agreements you have cited do confer the exclusive right to use the trademark in commerce. But there is nothing in the provision that gives the owner of the registered trademark undisputed right to use it at all times in all cases. Is there?

Mr. Palmeter: I think the question should be put in the reverse, sir. I don't know of anything in the agreement that prevents him from doing so.

[Traduction]

Le président: Non. J'aurais bien voulu avoir des représentants de la société ici. Je vous ai bien dit que je ne vous visais pas personnellement. Je comprends que vous avez un travail à faire. Vous venez «à la dérobée» dans la mesure où vous n'appartenez à aucune des deux sociétés. C'est absolument tout ce que je voulais dire.

M. Katz: Je comprends, monsieur le président et je vous en remercie. J'avais l'impression que votre commentaire s'adressait également à l'argumentation; c'est-à-dire que nous utilisions un argument indirect pour nous opposer à votre souci légitime de...

Le président: Je dois encore vous interrompre. À ce sujet, j'ai pris le soin de vous dire, comme président, que malgré les doutes que je nourrissais au début de la séance, j'ai reconnu la valeur de votre témoignage et que nous allons en tenir compte.

M. Katz: Oui, monsieur le président.

Le président: Nous avons trois intervenants et environ cinq minutes.

M. Pagtakhan: La marque de commerce est-elle toute la surface de l'emballage? Faut-il que la marque de commerce occupe toute la surface de l'emballage?

M. Palmeter: C'est possible. Il faudrait savoir si, pour une marque de commerce particulière...

M. Pagtakhan: Autrement dit, si on réduisait la marque à sa plus petite dimension tout en lui conservant sa qualité de marque de commerce, tassée dans un coin, cette marque de commerce serait maintenue.

M. Palmeter: Je crois que la marque de commerce est ce que les sociétés présentent comme telle et ce que le gouvernement du Canada a déjà accepté et enregistré, quelle qu'elle soit.

M. Pagtakhan: N'y a-t-il pas un lien avec les dimensions?

M. Palmeter: Oui, les sociétés choisissent ce qu'elles veulent. Si c'est ce qui a été enregistré, si c'est ce qui a été accepté comme marque de commerce, il faudrait alors examiner les marques de commerce de chaque société, pour voir en quoi elles consistent.

M. Katz: Il est clair d'après l'accord que l'objet de la marque de commerce est de permettre au consommateur de distinguer un produit d'un autre, ou une marque d'une autre. C'est la raison d'être de la marque de commerce.

M. Pagtakhan: À ce sujet, j'ai lu les dispositions exactes de la loi avant cette séance. Sans être avocat comme mes collègues, je me suis forcé à le devenir du jour au lendemain. Je ne sais pas si j'ai réussi. Je reconnaissais cependant que les accords que vous avez cités donnent effectivement un droit exclusif à l'emploi d'une marque de commerce. Mais la disposition ne semble pas donner au propriétaire de la marque de commerce enregistrée le droit incontestable de s'en servir tout le temps dans tous les cas. Est-ce bien cela?

M. Palmeter: Je pense qu'il faut poser la question dans l'autre sens, monsieur. Je crois qu'il n'existe rien dans l'accord qui empêche de le faire.

[Text]

Mr. Pagtakhan: I'm asking the question, not you.

Mr. Palmeter: I know of nothing in the agreement that prevents him from doing so. I think the owners have that right.

Mr. Pagtakhan: In other words, if you own a gun or you patent an invention of a gun, you would say you alone can use this gun.

Mr. Palmeter: I'm not talking about guns or patents.

Mr. Pagtakhan: So you see the implication of the argument.

The Chairman: In fairness, let Mr. Palmeter answer.

Mr. Palmeter: You have to make a distinction between guns and trademarks and also between patents and trademarks. Patents are very different things. That would be my answer.

Mr. Dearden: Mr. Chairman, I'd like to make clear the trademark definition regarding the first question. If you were to restrict the type size on packaging or the colour or even the type of ink you're supposed to use, that could be a trademark infringement. Look at the definition of a trademark in 1708.1. It's extremely broad.

Mr. Pagtakhan: I understand all of these agreements are only to provide a level playing field insofar as trade is concerned. Is that right?

Mr. Katz: It's to enable the consumer to distinguish the source of the product, that is, the brand. It's to provide brand identification.

Mr. Pagtakhan: Very frankly, today I'm sorry I must be very forthright with you. With all respect for your legal opinion, I remain unconvinced about your argument. If plain packaging were to be legislated, I don't think it would offend the principle of any of the international agreements. I think you have agreed to that as well, as an arguable point.

Mr. Palmeter: I haven't agreed at all. If I have made a statement that suggested I have, I would retract that part of the statement.

Mr. Pagtakhan: But you admitted it is arguable.

Mr. Palmeter: No, sir, that's your argument.

Mr. Pagtakhan: That's right, and that is your argument. In other words, either side could win, could it not?

Mr. Palmeter: I think an arbitration panel would make a decision on that.

The Chairman: As briefly as possible, please, Dr. Martin and Mr. Scott, so we keep on time.

Mr. Martin: I have a question for Mr. Dearden. Sir, I'm going to change your hat for a second, if I may.

If you were a legislator in this country and this committee decides plain packaging is indeed going to decrease consumption, how would you do that from a legal point of view? Would you have to change tobacco to a hazardous material in order to make that stick?

[Translation]

M. Pagtakhan: C'est moi qui pose la question, pas vous.

M. Palmeter: Je ne connais aucune disposition de l'accord qui empêche de le faire. Je pense que les propriétaires ont ce droit.

M. Pagtakhan: Autrement dit, si vous êtes propriétaire d'un fusil ou que vous brevetez l'invention d'un fusil, vous diriez que vous êtes le seul à pouvoir utiliser ce fusil.

M. Palmeter: Je ne parle ni de fusil ni de brevet.

M. Pagtakhan: Vous voyez donc les conséquences de l'argument.

Le président: Je pense qu'il convient de laisser M. Palmeter répondre.

M. Palmeter: Il faut faire la distinction entre les fusils et les marques de commerce, ainsi qu'entre les brevets et les marques de commerce. Les brevets sont quelque chose de très différent. Telle serait ma réponse.

M. Dearden: Monsieur le président, j'aimerais préciser la définition de la marque de commerce à propos de la première question. Si vous réduisez la grandeur des caractères sur l'emballage, ou sa couleur, ou même le type d'encre qui a été prévu, ce pourrait être une infraction à la marque de commerce. Vous pouvez lire la définition d'une marque de commerce à l'article 1708.1. C'est une définition très générale.

M. Pagtakhan: Je comprends, et tous ces accords visent uniquement à offrir des règles du jeu uniformes au plan commercial. Est-ce exact?

M. Katz: C'est pour permettre au consommateur de reconnaître l'origine d'un produit, c'est-à-dire sa marque. C'est pour que la marque soit facile à reconnaître.

M. Pagtakhan: Excusez-moi, mais aujourd'hui je dois être très direct avec vous. Malgré tout le respect que je ressens pour votre avis juridique, votre argument ne parvient pas à me convaincre. Si nous adoptions l'emballage neutre par mesure législative, je ne pense pas que cela contredirait le principe des accords internationaux. Je pense que vous avez vous-même reconnu que c'est une question discutable.

M. Palmeter: Je ne l'ai nullement reconnu. Si j'ai dit quoi que ce soit qui donne cette impression, je le retire absolument.

M. Pagtakhan: Mais vous avez reconnu que c'est discutable.

M. Palmeter: Non, c'est vous qui le dites.

M. Pagtakhan: C'est vrai, et c'est ce que vous affirmez. Autrement dit, un côté pourrait aussi bien gagner que l'autre, n'est-ce pas?

M. Palmeter: Je pense qu'il faudrait qu'un tribunal d'arbitrage tranche la question.

Le président: Aussi court que possible, s'il vous plaît, docteur Martin et monsieur Scott, pour respecter l'horaire.

M. Martin: J'ai une question à poser à M. Dearden. Je vous demande, pour un instant, de changer de chapeau.

Si vous étiez législateur au Canada et si notre comité décidait que l'emballage neutre va vraiment réduire la consommation, comment vous y prendriez-vous d'un point de vue juridique? Faudrait-il ajouter le tabac à la liste des matières dangereuses pour que cette loi soit valable?

[Texte]

Mr. Dearden: I'm not sure what you mean by a hazardous material. If you're going to restrict the product outright, maybe that's one solution. But I tell you one thing I would do and take very, very seriously is my international obligation as a member of Parliament. I would not do anything but look at my obligations under NAFTA or TRIPs or any other international agreement in good faith. That's what you have to do here.

Mr. Martin: How would you do that?

Mr. Dearden: Contrary to some things we heard earlier, I would do what you're doing right now and ask what the rules are. Of course, you want another side of the story, which you may or may not be getting, because there are always two arguments to every legal issue.

Mr. Martin: Would you make tobacco a hazardous product, yes or no?

Mr. Dearden: For what purpose? So that you could have a total ban.

Mr. Martin: No, not so we would have a total ban. We would put it under hazardous products so it's subject to certain restrictions. Would that enable one to bypass these international agreements?

Mr. Dearden: That's a good question. I don't know.

Mr. Palmeter: I don't believe it would. I don't think there's any exception to NAFTA provision 1708.5 for the nature of the goods, whether they can have a trademark. You can restrict what can be done with the goods, where they can be sold, if they can be sold. You can outlaw the product totally. But I think they have a right to the trademark on the product.

• 1130

Mr. Martin: Sir, do you know what the trademark and the advertising are on this?

Mr. Palmeter: I'm not familiar with that document.

Mr. Martin: Does anybody on this panel know what the trademark is on these three packages of cigarettes by export?

Mr. Palmeter: It would depend upon what the trademark is of the company whose product it is, as registered or otherwise established by Canadian trademark law. It could be all three of those. I can't answer that from here.

Mr. Martin: Thank you.

Mr. Scott: To some extent your appearance here has crystallized something by virtue of your reference to "encumbering trademarks". We have been dealing for the last little while with the question of the conflicting messages that come from warnings on cigarette packages and what kids are told in school and what advertisers do to give the impression that somehow this is a healthy habit and it's cool.

The wording never came to me until now, but basically what's happening is the industry is encumbering our warning. Essentially the argument you put has really crystallized this for me in that we are trying to send out a message, like advertisers, that this isn't a good thing to do.

[Traduction]

M. Dearden: Je ne sais ce que vous voulez dire par matière dangereuse. Si vous voulez interdire le produit purement et simplement c'est peut-être une solution. Mais je peux vous dire que je prendrai d'abord très, très au sérieux mes obligations internationales comme député. Je commencerai par examiner en toute bonne foi mes obligations en vertu de l'ALÉNA ou des APIC, ou de tout autre accord international. C'est la première chose à faire dans ce cas-ci.

M. Martin: Comment vous y prendriez-vous?

M. Dearden: Contrairement à certaines affirmations que nous avons entendues plus tôt, je ferais comme vous et je demanderais quelles sont les règles du jeu. Naturellement, vous voulez entendre un autre son de cloche, que vous entendrez peut-être ou non, parce qu'il y a toujours deux côtés dans tout débat juridique.

M. Martin: Feriez-vous du tabac un produit dangereux, oui ou non?

M. Dearden: À quelle fin? Pour faciliter une interdiction totale.

M. Martin: Non, pas pour interdire complètement le produit. Nous l'inscririons sur la liste des produits dangereux pour le soumettre à certaines restrictions. Est-ce que cela nous permettrait d'agir sans enfreindre les accords internationaux?

M. Dearden: C'est une question intéressante. Je ne sais pas.

M. Palmeter: Je ne crois pas que ce soit le cas. Je ne pense pas que l'article 1708.5 de l'ALÉNA prévoit une exception quelconque en fonction de la nature des produits, ni pour décider s'ils peuvent avoir une marque de commerce. Vous pouvez limiter ce que l'on peut faire avec les produits, où on peut les vendre, si on peut les vendre. Vous pouvez rendre le produit entièrement illégal. Mais je pense qu'ils ont un droit à la marque de commerce sur le produit.

•

1130

M. Martin: Savez-vous ce qu'on dit des marques de commerce et de la publicité là-dedans?

M. Palmeter: Je ne connais pas ce document.

M. Martin: Est-ce que quelqu'un dans votre groupe sait quelle est la marque de commerce sur ces trois paquets de cigarettes d'Export?

M. Palmeter: Tout dépend de ce qu'est la marque de commerce de la société qui fabrique ce produit, telle qu'elle a été enregistrée ou autrement établie par la Loi canadienne sur les marques de commerce. Ce pourrait être les trois. Je ne peux pas vous répondre de ma place.

M. Martin: Merci.

M. Scott: Votre témoignage nous a quand même permis de voir un peu plus clair quand vous avez parlé d'entrave aux marques de commerce. Depuis quelque temps, nous nous préoccupons de la question des messages contradictoires provenant des avertissements sur les paquets de cigarettes et de ce qu'on dit aux jeunes à l'école, par rapport à ce que fait la publicité pour donner l'impression que c'est en somme une habitude saine et dans le vent.

Je ne l'avais jamais vu sous cet angle, mais ce qui se passe essentiellement, c'est que l'industrie entrave notre avertissement. Votre argumentation m'a permis de le voir beaucoup plus clairement puisque nous essayons de lancer un message, comme le fait la publicité, pour dire qu'il n'est pas bon de fumer.

[Text]

I have two little boys and I don't want them to smoke, and it encumbers that message to have them see other people pull cigarettes out who are healthy people—they're still living; they aren't coughing or choking to death.

Consequently our objective in this exercise is exactly the same as yours, and so we're forced to choose between pursuing a public policy to save Canadian lives or accommodating the principle you spoke of—trademarks. That's our choice, really, and you've put it very well.

Mr. Katz: With respect, Mr. Scott, my effort is not to encumber your efforts but only to inform you of the obligations of Canada with respect to international agreements, and those agreements require Canada to register trademarks and not encumber their use.

Mr. Scott: I think the trade issues will be dealt with in the appropriate place. For us it's been a matter of evolving our sense of this issue, and I think to some extent your intervention has helped, probably not in the way you intended.

Thank you.

The Chairman: All right. I want to thank Mr. Katz and his colleagues for being here this morning. We will recess for a moment to allow for the transition to our next group of witnesses.

Thank you, gentlemen.

Mr. Katz: Thank you, Chairman.

[Translation]

J'ai deux petits garçons, et je ne veux pas qu'ils fument; or, mon message est entravé quand ils voient des gens sortir des cigarettes et qu'ils ont l'air en bonne santé, qu'ils sont encore vivants. On ne les voit ni tousser ni mourir étouffés.

Par conséquent notre objectif dans cet exercice est exactement le même que le vôtre, de sorte que nous sommes obligés de choisir entre la promotion d'une politique publique pour sauver la vie des Canadiens ou de tenir compte du principe dont vous avez parlé—les marques de commerce. C'est vraiment à nous de choisir, et vous l'avez exprimé très clairement.

M. Katz: Permettez-moi de préciser, monsieur Scott, que je ne m'efforce pas d'entraver vos efforts, mais simplement de vous informer des obligations du Canada au sujet de ces accords internationaux, lesquels accords exigent que le Canada enregistre des marques de commerce et n'entrave pas leur usage.

M. Scott: Je pense que les questions relatives au commerce seront abordées à l'endroit approprié. Pour nous, il s'est agi de voir plus clair dans toute cette question, et je pense que votre intervention nous a aidés dans une certaine mesure, probablement pas dans le sens que vous visiez.

Merci.

Le président: C'est bien. Je veux remercier M. Katz et ses collègues d'être venus comparaître ce matin. Nous allons faire une brève pause pour donner le temps à notre prochain groupe de témoins de s'installer.

Merci messieurs.

M. Katz: Merci monsieur le président.

• 1133

• 1138

The Chairman: We're reconvening the hearing for our final set of witnesses this morning, the representatives from the Canadian Association of Chain Drug Stores.

Ms Porter, welcome and please introduce the people who are with you.

Ms Sherry Porter (Executive Director, Ontario Chain Drug Association): Mr. Chairman, I think we'll be able to keep our remarks to 10 minutes, so we'll have lots of time for questions.

Mr. Chairman, I'm the executive director of the Ontario Chain Drug Association, but I'm here today representing the Canadian Association of Chain Drug Stores. We represent approximately 1,800 drug stores across Canada. I want to make a few opening remarks before introducing my colleagues.

CADCS was established in 1989 as a national industry association representing large, medium and small chains across the country. Our members represent about 45% of the community pharmacies in Canada and one-third of all pharmacists. Together we account for about 60% of all the prescriptions filled in Canada.

Le président: Nous reprenons l'audition de notre dernière série de témoins de ce matin, les représentants de l'Association canadienne des chaînes de pharmacies.

Bienvenue, madame Porter, et veuillez nous présenter les personnes qui vous accompagnent.

Mme Sherry Porter (directrice exécutive, Ontario Chain Drug Association; Association canadienne des chaînes de pharmacies): Monsieur le président, comme nous pourrons nous en tenir à 10 minutes, nous aurons beaucoup de temps pour les questions.

Monsieur le président, je suis la directrice exécutive de l'Ontario Chain Drug Association, mais je suis ici aujourd'hui en qualité de représentante de l'Association canadienne des chaînes de pharmacies, qui représente environ 1 800 pharmacies au Canada. Je vais faire quelques remarques préliminaires avant de vous présenter mes collègues.

Constituée en 1989, l'ACCP est une association nationale de l'industrie qui représente des pharmacies de toutes tailles d'un bout à l'autre du pays. Nous regroupons environ 45 p. 100 des pharmacies communautaires au Canada et un tiers de tous les pharmaciens. Ensemble, nous dispensons environ 60 p. 100 de tous les médicaments prescrits au Canada.

[Texte]

I think you have the right to ask why our association is concerned with plain packaging legislation. When the contraband problem was increasing exponentially over the last few years, it dramatically affected the business of our members and others in the retail trade. Prompted by pending tobacco legislation in Ontario this year and the restriction of tobacco sales in pharmacies, our group commissioned research to explore the impact of the contraband problem and how it affected the retail industry.

[Traduction]

On peut se demander pourquoi notre association s'intéresse à la législation sur les emballages banalisés. Le problème de la contrebande a connu une croissance exponentielle ces dernières années et a compromis sérieusement les activités de nos membres et d'autres détaillants. La législation sur le tabac que se propose d'adopter l'Ontario cette année et la restriction sur la vente de tabac dans les pharmacies ont incité notre groupe à commander une étude au sujet de l'ampleur du problème de la contrebande et de ses répercussions sur l'industrie de la vente au détail.

• 1140

This research, which we commissioned, was done by Lindquist Avey MacDonald Baskerville, who are nationally recognized forensic and investigative accountants. They have done extensive work in this area.

The CACDS feels the introduction of plain packaging will lead to the re-emergence of the contraband issue, the impact of which will be felt across the country by ourselves and others in the retail trade. Plain packaging will increase counterfeiting of tobacco products and lead some types of retailers to carry dual inventories of legal and illegal products. Pharmacies and other national retail chains do not carry dual inventories and therefore will be hurt substantially by a plain packaging decision.

Cette étude a été effectuée par Lindquist Avey MacDonald Baskerville, juricomptables et enquêteurs reconnus à l'échelle nationale et qui ont fait beaucoup de travail dans ce domaine.

L'ACCP estime que la banalisation des emballages fera resurgir la contrebande, dont l'impact se fera sentir dans tout le pays, aussi bien sur nous-mêmes que sur les autres détaillants. La banalisation des emballages accroîtra la contrefaçon des produits de tabac et incitera certains détaillants à tenir un double stock de produits, légaux et illégaux. Les pharmacies et les autres chaînes nationales de vente au détail ne tiennent pas de double stock et, par conséquent, seraient gravement touchées par la banalisation des emballages.

Avant de nous présenter devant vous, nous nous sommes demandé quels renseignements seraient les plus utiles. Nous avons pensé que le point de vue d'une firme qui connaît très bien le marché de la contrebande vous aiderait à prendre votre décision.

In preparing to appear before you, we asked ourselves what would be the most useful information for the committee today. We came to the conclusion that, with your terms of reference, a definitive look at the contraband market by a firm that specializes in the area would make a very valuable addition to your information base on how you're going to make your decision.

Nous avons de nouveau fait appel à Lindquist Avey—qui a préparé un rapport pour nous plus tôt au cours de l'hiver sur la législation ontarienne.

Je vous présente Rod Stamler, enquêteur chez Lindquist Avey, qui est considéré comme un expert international du trafic des stupéfiants et de l'économie clandestine en général. Il est accompagné par Mario Possamai, enquêteur principal.

The Chairman: A senior investigator with who?

Ms Porter: With Lindquist Avey.

Mr. Rodney T. Stamler (Principal, Lindquist Avey Macdonald Baskerville): Good morning, Mr. Chairman and hon. members. Thank you for the opportunity to appear before you today.

Le président: Enquêteur chez qui?

Mme Porter: Chez Lindquist Avey.

M. Rodney T. Stamler (associé principal, Lindquist Avey Macdonald Baskerville): Bonjour, monsieur le président, mesdames et messieurs. Merci de me donner l'occasion de m'exprimer devant vous aujourd'hui.

Comme l'a dit Sherry, je m'appelle Rod Stamler et je suis l'un des directeurs de la firme de juricomptables et d'enquêteurs Lindquist Avey Macdonald Baskerville. Nous avons des bureaux à Toronto, Ottawa, Vancouver, Washington, Philadelphie, Pittsburgh et Dallas. Je suis un ancien commissaire adjoint de la GRC, où j'ai passé 33 ans.

As Sherry said, my name is Rod Stamler and I'm a principal with the forensic and investigative accounting firm of Lindquist Avey Macdonald Baskerville. We have offices in Toronto, Ottawa, Vancouver, Washington, Philadelphia, Pittsburgh and Dallas. I'm a former assistant commissioner with the RCMP where I served for 33 years.

[Text]

In the 1980s I was the director of drug enforcement in charge of the RCMP's effort to control the illegal drug market. For a number of years I worked with the United Nations on international and money laundering control strategies. I mention this because there are similarities between trying to control the illegal drug trade and the contraband tobacco market.

Plain packaging will significantly ease the manufacture and sale of counterfeit cigarettes. It will thereby set the stage for a resurgence of the contraband tobacco trade in Canada, a problem that the federal government has gone to such lengths trying to control.

The Canadian Association of Chain Drug Stores has a right to be concerned. Based on our most recent investigations, as well as our knowledge and experience of the contraband market, we believe that plain packaging reopens the contraband door that was so effectively closed a few months ago.

The tobacco smuggling of the last few years introduced several organized crime groups into the highly profitable business of selling contraband cigarettes. Their infrastructure and expertise remains in place. Many have shifted to smuggling other illicit products now that tobacco is no longer a hot item. But make no mistake about it, the contraband tobacco sector has demonstrated a canny ability to innovatively respond to a profit-making opportunity.

I think you have had an opportunity to read this brief and I will not repeat the points in it in detail. The highlights are these. We had, during the tobacco-smuggling problem, cigarettes produced like Putter's Light, produced in the United States and delivered into the contraband market in Canada, to be made to look like some of the other products sold in Canada.

• 1145

The same criminal source that we quoted in the past confirms that plain packaging will offer them a significant illegal business opportunity. Here we have counterfeited packages of cigarettes—one is legitimate, the other is counterfeit. If they can counterfeit these and credit cards and stock certificates and \$20 bills, they can counterfeit anything. The genuine product costs \$15 a carton in the U.S. and sells here for \$25. That's not enough margin for the smuggler.

Consider a counterfeit package that costs \$4 to produce. The potential selling price would be \$20 or more. The profit margin for both criminals, the smuggler and the retailer would rise sharply. Governments would lose. The smoker, the police and the casual observer couldn't tell the difference between the genuine pack and the counterfeit. The single biggest aspect of the renewed contraband market is the thing you've been hearing so much about—the attractiveness of branded packages to smokers. It is this question of non-availability rather than price that makes illegal drugs as hard as they are to stop. If smokers like branded packaging as much as the evidence indicates, they'll be delighted to buy these products from the smugglers, probably at an equivalent to full price or even at a premium.

[Translation]

Au cours des années 80, j'étais directeur de la Sous-direction des drogues, responsable des activités de la GRC visant à contrôler le marché illégal des drogues. Pendant un certain nombre d'années, j'ai travaillé avec les Nations Unies sur des stratégies internationales visant à contrôler le blanchiment de l'argent provenant du commerce illégal des médicaments. Je mentionne cela parce qu'il y a de nombreuses ressemblances dans le fait de tenter de contrôler le trafic des drogues et le marché du tabac de contrebande.

La banalisation des emballages entraînera une expansion considérable de la fabrication et de la vente de cigarettes contrefaites, ce qui ramènera un problème que le gouvernement fédéral a tenté de combattre par tellement de mesures.

L'Association canadienne des chaînes de pharmacies a raison de s'inquiéter. D'après nos plus récentes recherches, ainsi que nos connaissances et notre expérience du marché de la contrebande, nous croyons que la banalisation des emballages ouvre à nouveau, au profit de la contrebande, une porte que l'on avait si bien fermée il y a quelques mois.

Ces dernières années, plusieurs groupes spécialisés dans le crime organisé sont entrés sur le marché hautement lucratif de la vente des cigarettes de contrebande. Leur infrastructure et leur expertise restent en place. Nombre d'entre eux sont passés au trafic d'autres produits illicites, maintenant que le tabac n'est plus aussi recherché. Mais ne vous y trompez pas: les contrebandiers ont démontré qu'ils savent faire preuve d'astuce et réagir de façon innovatrice à toute occasion de réaliser des profits.

Comme vous avez eu l'occasion de lire notre document, je n'en reprendrai pas tous les points en détail. Durant la crise du trafic du tabac, des marques comme la Putter's Légère ont été fabriquées aux États-Unis et distribuées sur le marché de la contrebande au Canada dans des emballages conçus de manière à ressembler à ceux d'autres produits vendus au Canada.

Les mêmes criminels que nous avons déjà cités confirment que la banalisation des emballages constituera une occasion d'activités illégales considérables. Nous avons ici des paquets de cigarettes contrefaits—l'un de ces paquets est légitime, l'autre est contrefait. Si les criminels peuvent contrefaire des paquets de cigarettes, des cartes de crédit, des certificats d'action et des billets de 20\$, ils peuvent contrefaire n'importe quoi. Le produit authentique coûte 15\$ la cartouche aux États-Unis et se vend 25\$ ici. La marge n'est pas suffisante pour le traquage.

Prenons un paquet contrefait qui coûte 4\$ à produire et qui pourrait se vendre 20\$ ou plus. La marge de bénéfice pour les deux criminels, le traquage et le détaillant, grimperait en flèche. Les gouvernements y perdraient. Le fumeur, la police et l'observateur ordinaire ne pourraient distinguer le paquet authentique du paquet contrefait. La caractéristique fondamentale de ce marché renouvelé de la contrebande est l'attrait qu'exercent les emballages de marque sur les fumeurs. C'est la non-disponibilité plutôt que le prix qui fait que le trafic des drogues illégales est si difficile à enrayer. Si les fumeurs aiment les emballages de marque autant que les études l'indiquent, ils seront enchantés de se procurer ces produits auprès des traquants, probablement à un prix équivalent au prix normal, voire à un prix plus élevé.

[Texte]

Before I turn the presentation back to Sherry Porter, I have one final point to underline. It is the lesson of my 30-plus years as a police officer and the reason it took a tax roll-back to end smuggling in February. With the kind of profit available here, and with 6 million Canadian smokers, there is no law enforcement to this problem. More police officers won't do it and penalties won't do it. Your only choice as policymakers is to make policies that don't cause the problem in the first place. Plain packaging will only re-ignite the contraband market.

Ms Porter: Ladies and gentlemen, you've just heard that if you provide organized criminals with a highly profitable product and little risk of getting caught, they will take advantage of it. With plain packaging, the barriers faced by would-be counterfeiters wanting to enter this sector would be significantly lowered.

Plain packaging, we feel, could plunge Canada once again into a problem that law enforcement alone cannot solve. Governments will lose tax revenue, organized criminals will benefit, and many members of our association and the public will be hurt. Responsible retailers will once again watch as customers do their shopping at stores willing to carry contraband cigarettes and those that carry dual inventory. We urge you not to re-open the door to illegal tobacco merchants after it has been so successfully shut at such a great cost over the past few months.

We'd be happy to answer any questions.

Mr. Scott: I have only one question. You're assuming that the plain packages will be cheap to reproduce, but if they weren't, if there were some level of sophistication distinguishing them... You just said you can counterfeit these, you can counterfeit... I'm not sure I understand.

Ms Porter: The costs of counterfeiting a plain package are very low. So the price point drops.

Mr. Scott: So your argument is that if this is a piece of cardboard with black and white ink, and if we were to have plain packages be more sophisticated and glossy—they don't have to be the way you describe them.

Mr. Stamler: If all the packages are the same, if every package was like this, for example, it would be worthwhile for organized criminals to invest in an infrastructure to produce the counterfeit. But all the packages are different.

[Traduction]

Avant de repasser la parole à Sherry Porter, il me reste un dernier point à souligner. C'est la leçon que j'ai tirée de mes 30 années et plus d'expérience en tant qu'agent de police et c'est aussi pourquoi il a fallu une baisse de taxes pour mettre fin au trafic en février. Étant donné que les profits sont énormes et qu'il y a 6 millions de fumeurs au Canada, il n'existe aucune façon légale de régler ce problème. Ce n'est pas en augmentant le nombre d'agents de police ni en imposant des amendes. Le seul choix qui vous reste est de définir des politiques qui ne soient pas à l'origine des problèmes. La banalisation des emballages ne fera que relancer la contrebande.

Mme Porter: Mesdames et messieurs, vous venez d'entendre que si on fournit aux criminels organisés un produit hautement lucratif comportant peu de risques, ils en profiteront. Avec la banalisation des emballages, les éventuels faussaires auraient beaucoup moins d'obstacles à franchir.

Selon nous, la banalisation des emballages pourrait encore une fois plonger le Canada dans un problème que ne peut résoudre la police. Les gouvernements perdront des recettes fiscales, le crime organisé prospérera, et de nombreux membres de notre association et des citoyens en souffriront. Les détaillants responsables regarderont encore une fois leurs clients aller faire leurs achats dans les magasins qui accepteront de tenir des cigarettes de contrebande et dans ceux qui tiennent deux types de produits. Nous vous enjoignons de ne pas réouvrir la porte aux marchands de tabac illégal après l'avoir si bien fermée et à un prix si élevé au cours des derniers mois.

Nous sommes prêts à répondre à vos questions.

M. Scott: Je n'ai qu'une question. Vous affirmez que les emballages banalisés ne coûteront pas cher à reproduire, mais si ce n'était pas le cas, s'il y avait un certain niveau de sophistication pour les distinguer... Vous venez de dire que l'on peut contrefaire... Je ne suis pas sûr de comprendre.

Mme Porter: Les coûts de contrefaçon d'un emballage banalisé sont très bas. De sorte que le prix de vente au consommateur diminue.

M. Scott: Donc vous dites que si ceci est un morceau de carton avec de l'encre noire et blanche, et que si nous avions des emballages banalisés plus sophistiqués et chics—ils n'ont pas besoin d'être comme vous les décrivez.

M. Stamler: Si tous les emballages sont les mêmes, si tous les emballages ressemblent à celui-ci, par exemple, il vaudrait la peine pour le crime organisé d'investir dans une infrastructure de fabrication d'un produit de contrefaçon. Or, tous les emballages sont différents.

• 1150

The second point is, it was not necessary for them to move into that market even though they did, to some extent, because of the ease of counterfeiting. A black and white package, for example, is much easier to reproduce than this package is. Therefore, the cost would be reduced, in our view, to as low as \$4 a carton.

Mr. Scott: But that assumes that the plain package would be very cheap and inexpensive to produce and I'm not sure that is an assumption that can be made yet.

Par ailleurs, il ne leur était pas nécessaire de se lancer sur ce marché même s'ils l'ont fait, dans une certaine mesure, à cause de la facilité de la contrefaçon. Un emballage noir et blanc, par exemple, est beaucoup plus facile à reproduire qu'un emballage comme celui-ci. Le coût pourrait donc tomber, d'après nous, jusqu'à 4\$ la cartouche.

M. Scott: Mais on suppose alors que l'emballage banalisé serait très bon marché et ne coûterait pas cher à produire, et je ne suis pas sûr que cette hypothèse soit valable.

[Text]

Mr. Stamler: Well, I'm just saying, if the package is black and white, if the packages are all the same, they can focus on one package and just simply change one name, for example.

Mr. Scott: I understand, but I just don't think that assumption necessarily is established.

Mr. Stamler: If you go back to colour, then you're back to this product, basically.

Mr. Scott: Well, no, I think you could have a coloured thing that says people die.

Mr. Stamler: Perhaps you can.

Ms Fry: You represent the Canadian Association of Chain Drug Stores. Can you tell me who they are, please?

Ms Porter: We have several members from coast to coast. They include A & P Food Stores, London Drugs, Bi-Rite, Big V Pharmacies, Canada Safeway, Woolworth, Lawton's Drug Stores, Jean-François Coutu, Medical Pharmacies, Overwaitea Food Group, Pharma Plus, PharmX Rexall, Shoppers Drug Mart and Zellers.

Ms Fry: Ms Porter, I see advertisements all the time on television for drug stores, Shoppers Drug Mart, London Drugs, all of them. They always convey to me and to the person who is watching the television ad that drug stores are there because they care about people and they care about their health.

I have heard an association of drug stores come here today and not once did I hear the word "health" mentioned. I heard a lot about costs, I heard a lot about revenue, I heard a lot about retail sales. I'm disappointed that I didn't hear anything about health. I would fail to understand, and perhaps you can explain to me, why drug stores, which are supposed to be there for the health of people, would be concerned with selling a drug that has been proven now to be very injurious and lethal to the health of people. I would want to know why drug stores would be concerned about selling such a product.

Ms Porter: Dr. Fry, we were drawn into this argument when the Ontario government introduced Bill 119 before Christmas of this year. We were drawn in because it is a retail problem. We were asked, are you pharmacists or are you retailers? The simple answer to that question is that we are both. If you go into any retail pharmacy today you will recognize it as very different from a retail pharmacy of yesterday. As you can see by our membership, we include large multinational companies, we include Walmart, we include Canada Safeway, all of which have drug stores within their organizations.

It was an issue of fairness and discrimination when we were talking about Bill 119. We saw our sales significantly affected. If you'll permit me to digress for just a minute, it's not just the sales of that product, which our competition sells next door; it is the sales of companion products. There was a study done at the time of Bill 119 by Coopers and Lybrand that showed for every dollar in tobacco sales, you sell 38¢ in other products. So it is an issue of survival and fairness and the front shop versus the back shop.

[Translation]

M. Stamler: Si l'emballage est noir et blanc, si les emballages sont tous identiques, les criminels n'auront qu'un emballage à contrefaire et il leur suffira de changer le nom des produits.

M. Scott: Je comprends, mais je ne suis pas du tout certain que cette hypothèse soit défendable.

M. Stamler: Si on revient à la couleur, alors on revient à ce produit, au fond.

M. Scott: Eh bien, non. Vous pourriez avoir un emballage de couleur sur lequel on mentionnerait qu'il s'agit d'un produit mortel.

M. Stamler: Je suppose que oui.

Mme Fry: Vous représentez l'Association canadienne des chaînes de pharmacies. Pouvez-vous me dire qui sont les membres de votre association?

Mme Porter: Nous avons plusieurs membres d'un bout à l'autre du pays. Il y a les magasins A & P, London Drugs, Bi-Rite, Big V Pharmacies, Canada Safeway, Woolworth, Lawton's Drugs, Jean Coutu, Medical Pharmacies, Over Weighty Food Group, Pharma Plus, Pharmex-Rexall, Shoppers Drug Mart et Zellers.

Mme Fry: Madame Porter, dans la publicité télévisée de pharmacies comme Shoppers Drug Mart et London Drugs, on affirme que les pharmacies existent pour le bien-être et la santé des gens.

Je viens d'entendre les représentants d'une association de pharmacies qui n'ont pas une seule fois prononcé le mot «santé». J'ai beaucoup entendu parler de coûts, de recettes et de ventes au détail. Je suis déçue de n'avoir pas du tout entendu parler de santé. Peut-être pourrez-vous m'expliquer pourquoi les pharmacies, qui sont censées exister pour la santé des gens, s'inquiètent tellement de vendre une drogue dont les effets nocifs et mortels sont prouvés. Je veux savoir pourquoi les pharmacies tiennent tant à vendre un tel produit.

Mme Porter: Docteur Fry, nous avons été entraînés dans cet argument quand le gouvernement de l'Ontario a présenté le projet de loi 119 avant Noël, cette année. Nous y avons été entraînés parce qu'il s'agit d'un problème de vente au détail. On nous a demandé si nous étions des pharmaciens ou des détaillants. La réponse simple à cette question est que nous sommes les deux. Lorsqu'on entre dans une pharmacie de détail aujourd'hui, on se rend compte qu'elle est très différente de la pharmacie de détail d'autrefois. Comme la diversité de nos membres l'indique, nous comprenons de grandes multinationales, Walmart, Canada Safeway, autant d'entreprises qui ont des pharmacies au sein de leur organisation.

Notre intervention sur le projet de loi 119 était une question de justice et de discrimination. Nos ventes avaient diminué considérablement. Si vous me permettez une digression, il ne s'agit pas seulement de la vente d'un produit que nos concurrents vendent aussi, mais de la vente des autres produits. Une étude faite au moment du projet de loi 119 par Coopers and Lybrand a démontré que pour chaque dollar de ventes de tabac, on vend 38\$ d'autres produits. C'est une question de survie et de justice, de commerce légitime par opposition au commerce illégitime.

[Texte]

Ms Fry: I hear that. So it's an issue of fairness and has nothing to do with integrity, as a health group. I find that very interesting, that one could barter fairness and integrity in the same place. It doesn't make sense to me.

I wanted to ask you the second part of my question. You realize the Tobacco Sales to Young Persons Act and the new tobacco legislation that has come out and that's being read in the House at the moment has to do with embossing each individual cigarette and has also to do with identifiers on the package. Now, surely if we have some sort of government identifier for Customs Canada, it should prevent smuggling because the smugglers and the counterfeiters won't be able to reproduce those. If they can it will cost them a lot of money to do. So I think your argument of it being cheaper with plain packaging may very well be offset by the amount of embossing on each individual cigarette and the other identifiers that are going to be put on packages.

• 1155

Mr. Stamler: I might say I have not seen the package, so it's difficult for me to say it wouldn't be difficult or it would be difficult. But let me say a plain package is cheaper to produce even with the embossing—

Ms Fry: On the cigarettes.

Mr. Stamler: —than a complex package. Certainly the key here is once the package has been reproduced as a counterfeit, the consumer, the police or anyone else will not be able to identify the difference on the shelf.

A week and a half ago I spoke to one of the key smugglers involved in this particular product, who is now involved in east-west transportation of cigarettes. They're saying they would get involved. There are cigarette manufacturing interests on two Indian reserves that would return to this particular product if given the opportunity.

Ms Fry: I have to say I disagree with your assumptions there.

Mr. Szabo: Ms Porter, would it be incorrect to state Shoppers Drug Mart is the driving force behind your organization?

Ms Porter: Yes, it would be incorrect.

Mr. Szabo: Can you give an idea of the dimension of the role they play in the organization?

Ms Porter: They're only one member, and I read you other members. They do happen to have the largest number of stores, but the total membership is over 1,800 and their store count would be less than one-third of those stores.

Mr. Szabo: On your association executive, or your board, how many positions do Shoppers Drug Mart principals occupy?

Ms Porter: There are three positions on the executive: the chairman, the vice-chair, and the secretary-treasurer. The chairman right now is David Bloom. It's a rotating chairmanship. The incoming chairman—and this will happen at the end of this month in Charlottetown at the annual meeting—is Jean-François Coutu of Jean-Coutu drug stores based in Montreal. The secretary-treasurer, who was a former chair, is Rochelle Stenzler, who's president of Pharma Plus Drug Marts, owned by the Oshawa Group.

[Traduction]

Mme Fry: Je vois. C'est donc une question de justice, et cela n'a rien à voir avec l'intégrité, en tant que groupe du secteur de la santé. Je trouve intéressant que l'on puisse faire le troc de la justice et de l'intégrité au même endroit. Cela n'a pas de sens pour moi.

Voici la deuxième partie de ma question: vous réalisez que la Loi sur la vente du tabac aux jeunes et que la nouvelle législation sur le tabac, dont la Chambre est saisie actuellement, prévoient l'embossage de chaque cigarette et une marque d'identification sur le paquet. Une marque d'identification gouvernementale pour Douanes Canada empêcherait le trafic illégal, étant donné que les contrebandiers et les faussaires seraient incapables de les reproduire. S'ils le peuvent, cela leur coûtera très cher. Donc, votre argument selon lequel la banalisation des emballages coûte moins cher pourrait très bien être annulé par le coût d'embossage de chaque cigarette et des autres marques d'identification qu'il faudra ajouter aux paquets.

Mr. Stamler: Je n'ai pas vu le paquet: il m'est donc difficile de dire si la contrefaçon serait facile ou non. Un emballage banalisé coûte toutefois moins cher à produire, même avec un embossage . . .

Mme Fry: Sur les cigarettes.

Mr. Stamler: . . . qu'un paquet complexe. Le point fondamental est qu'une fois un paquet contrefait, le consommateur, la police, personne ne pourra faire la différence entre les produits sur l'étagère.

Il y a une semaine et demie, j'ai parlé à un des principaux contrebandiers de ce produit particulier, et qui n'est pas impliqué dans le transport est-ouest des cigarettes. Celui-ci m'a déclaré que certaines personnes pourraient être intéressées à fabriquer des cigarettes sur deux réserves indiennes si on leur en fournit l'occasion.

Mme Fry: Je ne suis pas d'accord avec vous.

Mr. Szabo: Madame Porter, serait-il inexact de dire que Shoppers Drug Mart est la force vive de votre organisation?

Mme Porter: Oui, cela serait inexact.

Mr. Szabo: Pouvez-vous nous donner une idée de son importance au sein de l'organisation?

Mme Porter: Shoppers Drug Mart n'est qu'un membre parmi les autres. Cette chaîne possède le plus grand nombre de magasins, mais nous comptons plus de 1 800 membres. Shoppers Drug Mart possède moins du tiers de tous ces magasins.

Mr. Szabo: Combien de postes les associés principaux de Shoppers Drug Mart occupent-ils au sein de votre conseil d'administration?

Mme Porter: Notre conseil compte trois postes: le président, le vice-président et le secrétaire-trésorier. Le président actuel est David Bloom. Le poste est occupé en alternance. Le prochain président—who entrera en fonction à la fin du mois, à Charlottetown, à l'occasion de notre assemblée annuelle—is François Coutu des Pharmacies Jean Coutu, dont le siège social est à Montréal. La secrétaire-trésorière, qui a été présidente, est Rochelle Stenzler présidente de Pharma Plus Drug Marts, qui appartient au groupe Oshawa.

[Text]

Mr. Szabo: So as far as you're concerned, Shoppers Drug Mart only has about one-third of the members and really doesn't have a major influence.

Ms Porter: They have an influence like any other member of the association.

Mr. Szabo: They're owned by Imperial Tobacco?

Ms Porter: No, they're not. They're owned by Imasco, I believe. Imperial Tobacco is also owned by them.

Mr. Szabo: Their parent company is Imasco Ltd.

Ms Porter: Yes.

Mr. Szabo: Okay. They're owned by a cigarette company.

Ms Porter: No, Imasco is not a cigarette company. I don't want to get into that. They're just a member of our group.

Mr. Szabo: Well, there's a slight conflict.

Ms Porter: It's a perceived conflict.

Mr. Szabo: You're in the business of making money from selling tobacco and you're here telling us you don't want us to do this.

Ms Porter: I think if you approached the head office of London Drugs they'd be very interested in this, like any other member. Lawton's Drug Stores is a very important supporter.

Mr. Szabo: Okay. How many of your members have been convicted of selling cigarettes to minors?

Ms Porter: Rod's been investigating that market for a long time. He'd probably know better than I do.

Mr. Stamler: We did a complete study of that particular issue about four months ago. We only found one situation, I believe, where a person intentionally sold to a minor, and that person was dismissed.

Mr. Szabo: Who was that person?

Mr. Stamler: I don't have his name with me.

Mr. Szabo: There was just one person—one retailer?

Mr. Stamler: Who was dismissed for selling intentionally to a minor.

Ms Porter: I think if you'll explore many of the companies that are members they have very extensive training programs for minors. Yes, there are sting operations. That's obvious. We all read about them. But if you look at other retailers, I don't believe you'll find as extensive a training program. If you go into a convenience store, do they have the same programs and controls?

[Translation]

M. Szabo: Donc, selon vous, Shoppers Drug Mart ne compte que pour environ un tiers de vos membres et n'exerce donc pas une influence prépondérante.

Mme Porter: Ce membre a une influence comme tout autre membre de l'association.

M. Szabo: La chaîne appartient à Imperial Tobacco?

Mme Porter: Non, pas du tout. Elle appartient à Imasco, je crois. Imperial Tobacco appartient également à Imasco.

M. Szabo: La société mère est Imasco Ltée.

Mme Porter: Oui.

M. Szabo: Très bien. Elle appartient à un fabricant de cigarettes.

Mme Porter: Non, Imasco n'est pas un fabricant de cigarettes. Je ne veux pas m'embarquer là-dedans. Elle n'est qu'un membre de notre groupe.

M. Szabo: Il y a là un petit conflit.

Mme Porter: À vos yeux.

M. Szabo: Vous faites de l'argent à vendre du tabac et vous ne voulez pas que nous vous posions de questions.

Mme Porter: Cette question intéresserait vivement la direction de London Drugs, comme tous les autres membres. Lawton's Drug Stores nous accorde un appui très important.

M. Szabo: Bon. Combien de vos membres ont été reconnus coupables de vendre des cigarettes à des mineurs?

Mme Porter: Rod a étudié ce marché pendant longtemps. Il le saurait probablement mieux que moi.

M. Stamler: Nous avons effectué une étude complète de cette question il y a environ quatre mois. Nous n'avons découvert qu'un cas, je crois, où une personne a vendu intentionnellement du tabac à un mineur, et cette personne a été congédiée.

M. Szabo: De qui s'agissait-il?

M. Stamler: Je n'ai pas son nom avec moi.

M. Szabo: Il n'y avait qu'une seule personne—un détaillant?

M. Stamler: Une personne qui a été congédiée pour avoir vendu intentionnellement du tabac à un mineur.

Mme Porter: Si vous examinez plusieurs de nos sociétés membres, vous constaterez qu'elles ont des programmes de formation importants à l'intention des mineurs. Oui, il y a des opérations d'achat par des agents d'infiltration. C'est évident, tout le monde en parle. Mais si vous allez voir chez les autres détaillants, vous constaterez qu'ils n'offrent pas de programmes de formation aussi importants. Les dépanneurs disposent-ils des mêmes programmes et mesures de contrôle?

• 1200

Mr. Szabo: The simple question is that if there was evidence that plain packaging would reduce smoking among youth, would your association support plain packaging?

Ms Porter: They would probably be very favourable to that. We went to the Ontario government and said we agreed with their concept. We agree with the fact that there are tobacco problems, but get rid of the product. Make it an illegal product, but don't discriminate between one retail sector and another.

M. Szabo: La question est toute simple: si l'on démontre que la banalisation des emballages réduira le tabagisme chez les jeunes, votre association l'appuiera-t-elle?

Mme Porter: Fort probablement. Nous avons informé le gouvernement de l'Ontario que nous étions d'accord avec son concept. Nous reconnaissons que le tabac pose des problèmes, mais qu'on se débarrasse du produit. Que le gouvernement en fasse un produit illégal, mais qu'il ne fasse pas de discrimination entre un secteur du commerce de détail et un autre.

[Texte]

Mr. Szabo: Thank you, Mr. Chairman.

Mr. Pagtakhan: Thank you for your presentation. When did you start studying this issue of plain packaging and smuggling?

Mr. Stamler: We started with our first report in 1980. We have done a study of the smuggling problem in Canada every year since 1980.

Mr. Pagtakhan: No, only insofar as it relates to potential smuggling with plain packaging.

Mr. Stamler: We started that about a month and a half ago.

Mr. Pagtakhan: A month and a half ago?

Mr. Stamler: Yes.

Mr. Pagtakhan: In your written brief you said that "our studies over the last four years strongly indicate that if plain packaging is introduced, contraband smuggling will reappear". So this is an incorrect statement.

Mr. Stamler: No it isn't an incorrect statement because you said "this" study, i.e., this study on plain packaging. We have done studies every year since 1980. We did studies on counterfeiting—

Mr. Pagtakhan: No, no, my question is about a study on the impact of plain packaging on smuggling. When did you start doing that study?

Mr. Stamler: The study itself on plain packages was about a month and a half ago.

Mr. Pagtakhan: That's right?

Mr. Stamler: Yes.

Mr. Pagtakhan: So what I'm saying is that this statement could be misleading at the very least.

Mr. Stamler: We just finished the previous study for the Canadian Association of Chain Drug Stores in Ontario. Immediately before that we completed another study. So we have been looking at the cigarette-related law enforcement problem since 1980.

Mr. Pagtakhan: No, no, I see that, sir.

Mr. Stamler: I understand what you're saying.

Mr. Pagtakhan: I do not like you to beat around the bush.

Mr. Stamler: No, I understand.

Mr. Pagtakhan: I will remind you that the statement on page 25 says that "Our studies over the last four years strongly indicate that if plain packaging is introduced contraband smuggling will reappear." You just told the committee today—just now, a minute ago—that you only started the study about one and a half months ago.

Mr. Stamler: That conclusion was put forward based on the studies that have been carried out for us since 1980.

Mr. Pagtakhan: Be that as it may, what I find really disturbing is the fear of creating criminals. Fear of creating criminals would appear to be a basis for dictating what could be good public health policy. Is that not what your summation is all about?

[Traduction]

M. Szabo: Merci, monsieur le président.

M. Pagtakhan: Merci de votre exposé. Quand avez-vous commencé cette étude sur la banalisation des emballages et le trafic?

M. Stamler: À l'occasion de notre premier rapport en 1980. Depuis 1980, nous faisons une étude annuelle sur le problème de la contrebande au Canada.

M. Pagtakhan: Non, seulement en ce qui concerne la possibilité de contrebande due à la banalisation.

M. Stamler: Nous avons commencé il y a environ un mois et demi.

M. Pagtakhan: Un mois et demi?

M. Stamler: Oui.

M. Pagtakhan: Dans votre mémoire, vous déclarez que «les études que nous avons menées au cours des quatre dernières années montrent clairement que la mise en marché d'un emballage neutre entraînera la réapparition de la contrebande.» Donc votre déclaration n'est pas exacte.

M. Stamler: Pas du tout, parce que vous avez dit «cette» étude, c'est-à-dire l'étude sur la banalisation des emballages. Nous avons fait des études chaque année depuis 1980. Nous avons fait des études sur la contrefaçon...

M. Pagtakhan: Non, non, ma question concerne l'étude au sujet de l'impact de la banalisation des emballages sur la contrebande. Quand avez-vous commencé cette étude?

M. Stamler: L'étude elle-même sur les emballages banalisés a été faite il y a environ un mois et demi.

M. Pagtakhan: C'est vrai?

M. Stamler: Oui.

M. Pagtakhan: Cette déclaration pourrait être trompeuse, à tout le moins.

M. Stamler: Nous venons tout juste de terminer l'étude antérieure pour l'Association canadienne des chaînes de pharmacies en Ontario. Juste avant cela, nous avons terminé une autre étude. De sorte que nous nous sommes intéressés au problème du respect des lois sur le tabac depuis 1980.

M. Pagtakhan: Non, non, je vois cela, monsieur.

M. Stamler: Je comprends ce que vous dites.

M. Pagtakhan: Je n'aime pas que vous tourniez autour du pot.

M. Stamler: Non, je comprends.

M. Pagtakhan: Je vous rappelle que l'on dit à la page 31 que «les études que nous avons menées au cours des quatre dernières années montrent clairement que la mise en marché d'un emballage neutre entraînera la réapparition de la contrebande.» Vous venez tout juste de dire au comité aujourd'hui, il y a une minute à peine, que vous n'avez commencé l'étude qu'il y a environ un mois et demi.

M. Stamler: Cette conclusion a été tirée des études effectuées pour nous depuis 1980.

M. Pagtakhan: Prenez-le comme vous voudrez, ce qui me dérange vraiment, c'est la peur de créer des criminels. Cette peur semble être une raison d'imposer ce qui pourrait être une véritable politique de santé publique. Ce n'est pas ainsi que vous voyez les choses?

[Text]

[Translation]

Mr. Stamler: Yes, prohibition in the United States touched on that very issue as well. You'll recall that the prohibition of alcohol in the United States produced generations of organized crime.

M. Stamler: Oui, la prohibition de l'alcool aux États-Unis a engendré des générations de criminels organisés.

Mr. Pagtakhan: I realize that.

M. Pagtakhan: Je le sais.

Mr. Stamler: That's what we're dealing with here. That's the same issue. It's the same situation and it's the situation throughout the world.

M. Stamler: C'est avec cela que nous devons composer. C'est la même question. C'est la même situation, et cette situation existe à l'échelle mondiale.

Mr. Pagtakhan: I'm just trying to extract the essence.

M. Pagtakhan: J'essaie seulement d'aller au fond des choses.

I would like to ask about the membership of your association. When did you start consulting them on the issue of the impact of plain packaging on smuggling?

J'aimerais que vous me parliez des membres de votre association. Quand avez-vous commencé à les consulter au sujet de l'impact de la banalisation des emballages sur la contrebande?

Mr. Stamler: We have basically not stopped consulting them because —

M. Stamler: Nous n'avons jamais cessé de les consulter parce que ...

Mr. Pagtakhan: When did you start consulting them?

M. Pagtakhan: Quand avez-vous commencé à les consulter?

Ms Porter: Our association through Mr. Stamler?

Mme Porter: Notre association, par l'entremise de M. Stamler?

Mr. Pagtakhan: The chairman, the board —

M. Pagtakhan: Le président, le conseil ...

Ms Porter: Of my association?

Mme Porter: De mon association?

Mr. Pagtakhan: Of this Canadian Association of Chain Drug Stores.

M. Pagtakhan: De cette Association canadienne des chaînes de pharmacies.

Ms Porter: We first contracted Lindquist Avey in January of this year to do a study in Ontario and then again to do this study.

Mme Porter: Nous avons d'abord chargé Lindquist Avey, en janvier de cette année, de faire une étude en Ontario, puis celle-ci.

Mr. Pagtakhan: To survey all the drug stores?

M. Pagtakhan: Pour faire enquête auprès de toutes les pharmacies?

Ms Porter: No, the question was not to survey the drug stores; the question was to survey the contraband problem within the retail trade.

Mme Porter: Non, il s'agissait non pas de faire enquête auprès des pharmacies, mais d'étudier le problème de la contrebande sur le marché de détail.

Mr. Pagtakhan: I'm sorry, I did not make my question clear. I wanted to be sure that the position you have presented before the committee is the position of every single member of your association.

M. Pagtakhan: Désolé, ma question n'était pas claire. Je voulais être certain que la position que vous avez présentée ici au comité est celle de chaque membre de votre association.

Ms Porter: The association agreed to contract the services of Lindquist Avey.

Mme Porter: L'association était d'accord pour retenir les services de Lindquist Avey.

Mr. Pagtakhan: But you have not shown the membership the results of your study?

M. Pagtakhan: Mais vous n'avez pas montré à vos membres les résultats de votre étude?

Ms Porter: Oh yes, the board of directors of the association.

Mme Porter: Oh oui, au conseil d'administration de l'association.

Mr. Pagtakhan: Is the decision of the board of directors binding on the membership even prior to consultation of membership?

M. Pagtakhan: La décision du conseil d'administration engage-t-elle les membres, même avant que ceux-ci ne soient consultés?

Ms Porter: It's a decision based on majority rules, I would think.

Mme Porter: La décision a été prise à la suite d'un vote majoritaire, il me semble.

Mr. Pagtakhan: No, no, that's what I'm asking. So, in other words, you have not consulted the membership on the position you have submitted to the committee. Is that fair to say?

M. Pagtakhan: Non, non, ce n'est pas ce que je demande. Autrement dit, vous n'avez pas consulté les membres sur la position que vous avez soumise au comité. Est-ce exact?

Ms Porter: We have consulted, yes.

Mme Porter: Nous les avons consultés, oui.

Mr. Pagtakhan: You have not.

M. Pagtakhan: Non.

Ms Porter: Yes, we have consulted the membership.

Mme Porter: Oui, nous avons consulté les membres.

Mr. Pagtakhan: And they told you they agree with the position you will be taking. Is that correct?

M. Pagtakhan: Et ils vous ont dit qu'ils étaient d'accord avec votre position. Est-ce exact?

[Texte]

[Traduction]

• 1205

Ms Porter: They agreed to present the results of the study, whatever the results would be, because they're an independent company. I don't understand your questioning.

Mr. Pagtakhan: The membership has not seen the results.

Ms Porter: The membership agreed to the terms of reference of the study, the study was completed, and I received the report about two days ago.

Mr. Pagtakhan: I have great reservations that—

Ms Porter: They will be mailed out to the association.

Mr. Pagtakhan: My concern, as you can appreciate, is that just because the board is presenting it does not necessarily mean it has the unanimous or majority support of the membership, unless—

Ms Porter: I think you would find that you are wrong on that, that they do.

Mr. Pagtakhan: No, but you have not done the process to prove that.

Ms Porter: Yes, it was approved by the board. What more can I say to you?

Mr. Pagtakhan: Yes, by the board, but not by the membership at large.

Ms Porter: Each one of these companies has a representative.

Mr. Pagtakhan: Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: I think you've both made your point, and the chair finds that you're not in agreement.

Mr. Pagtakhan: Very good, Mr. Chairman.

The Chairman: Now a very quick conclusion to all this. We'll be out of here in two minutes, hopefully.

Mr. Stamler: just a question now in my capacity as a member of the committee.

I was impressed with your credentials and it's in that context that I put the following question to you, given your long track record with the RCMP in this very specific area. In your view, is the sale of illegally produced contraband alcohol a problem in Canada? Is there a big problem with it?

Mr. Stamler: Yes, I would say there is.

The Chairman: We have in Newfoundland a marvellous product called moonshine. You're familiar with that, are you?

Mr. Stamler: Yes, I'm familiar with that.

The Chairman: My question really relates to whether, because of the way the liquor agencies provincially have a control over the bottling and that kind of thing, that control is working insofar as alcohol is concerned.

Mr. Stamler: As far as the smuggling side of the issue is concerned, which is what I would only be competent to address, I think the high price of alcohol is fuelling the contraband alcohol market. There's no question about that.

Mme Porter: Ils ont accepté de présenter les résultats de l'étude, quels qu'ils soient, parce qu'ils sont une entreprise indépendante. Je ne comprends pas votre question.

M. Pagtakhan: Les membres n'ont pas vu les résultats.

Mme Porter: Les membres étaient d'accord avec l'objet de l'étude, l'étude a été réalisée, et j'en ai reçu le rapport il y a environ deux jours.

M. Pagtakhan: J'ai beaucoup de réserves...

Mme Porter: Le rapport sera envoyé par la poste à l'association.

M. Pagtakhan: Mon inquiétude, comme vous pouvez le voir, c'est que même si le conseil présente les résultats de cette étude, cela ne veut pas nécessairement dire qu'il a l'appui unanime ou majoritaire des membres, à moins que...

Mme Porter: Je pense que vous constaterez que vous vous trompez: l'appui est unanime ou majoritaire.

M. Pagtakhan: Non, vous n'avez pas fait ce qu'il fallait pour le prouver.

Mme Porter: Oui, le conseil a donné son approbation. Qu'est-ce que je peux vous dire de plus?

M. Pagtakhan: Le conseil a donné son approbation, mais pas les membres en général.

Mme Porter: Chacune de ces sociétés a un représentant.

M. Pagtakhan: Merci, monsieur le président.

Le président: Je pense que vous avez tous les deux exposé vos vues, et je constate que vous n'êtes pas d'accord.

M. Pagtakhan: Très bon, monsieur le président.

Le président: Maintenant, une conclusion très rapide à toute cette question. Nous serons sortis d'ici dans deux minutes, j'espère.

Monsieur Stamler, juste une question en ma capacité de membre du comité.

J'ai été impressionné par vos qualités, et c'est dans ce contexte que je vous pose la prochaine question, étant donné votre longue expérience à la GRC dans ce domaine très spécifique. D'après vous, la vente d'alcool de contrebande illégale est-elle un problème important au Canada?

M. Stamler: Je dirais que oui.

Le président: Nous avons, à Terre-Neuve, un produit merveilleux, l'alcool de contrebande. Vous savez de quoi je parle, n'est-ce pas?

M. Stamler: Oui, je connais très bien.

Le président: Je me demande si le contrôle qu'exercent les régies provinciales sur l'embouteillage et de telles activités est efficace dans le cas de l'alcool.

M. Stamler: Quant à l'aspect contrebande de la question, que je connais bien, je crois que le prix élevé de l'alcool alimente le marché de l'alcool de contrebande. C'est certain.

[Text]

I think one of the things that's important to recognize is that once organized criminals get involved as a group in dealing with a particular product in a territory, they will continue to look for other products to deal with. They started with cigarettes, they now move to alcohol, and they're poised to move to anywhere there is an opportunity.

I would say that the next opportunity was alcohol, and I don't think it mattered that alcohol was sold in outlets or from corner stores; it's the price differential and their opportunity to buy and get involved in that particular market. The key is really to prevent organized crime from taking an interest and getting involved in a particular market area, an illegal market area.

The Chairman: Okay, another quick question. Since \$20 bills are fairly plain, is counterfeiting of them a major problem in Canada?

Mr. Stamler: Counterfeiting \$20 bills has not been a major problem in Canada, simply because counterfeiting a U.S. \$20 was much easier; it was a plainer bill and so all the counterfeiters stuck to American currency.

The Chairman: I heard and respect the arguments that you put this morning.

My point is that you can't cave in, if there's wisdom in doing a certain thing. We haven't determined this yet because that's why we're here, but if there is wisdom in plain packaging, you can't be pummelled by all the what-if scenarios, for example, to say we can't do it because of this or that. We've got to find a way to do it, just as we found a way to reduce counterfeiting of currency and to legally market alcoholic beverages and reduce the contraband. We've got to find a way.

Maybe we've been at fault by using the term "plain" packaging because plain can be too simple. Dollar bills are plain, but they aren't very simple to replicate. Maybe if we go in the direction of plain packaging, we ought to be looking at a generic package that is not easy to replicate. I guess that's part of what you're saying to us this morning.

Mr. Stamler: Yes, that's exactly the point. But I also draw the point that the Canadian dollar and currency changed to a more complex colour scheme in order to prevent counterfeiting. That's why American currency is so popular here in terms of counterfeiting, by counterfeiters in Canada. I think it's something to consider.

I agree with you, Mr. Chairman, that if the package were complex enough—let me put it that way—not black and white but complex enough, with some colour, because black and white is easier to counterfeit and all the rest of it, it would be the same as this and it would cost the same to reproduce.

The Chairman: In retrospect, and this is right off the top of my head now, we may have not been using the correct term when we talk plain packaging because what we're saying is the same package, in effect. Whether that same package is complex

[Translation]

Il importe de réaliser qu'une fois que le crime organisé s'est lancé dans le commerce d'un produit en particulier dans un territoire, il cherche d'autres produits à trafiquer. Les criminels ont commencé avec les cigarettes, ils passent maintenant à l'alcool, et ils trafiqueront n'importe quoi chaque fois qu'ils en auront l'occasion.

L'alcool a suivi les cigarettes, peu importe que l'alcool se vend aux comptoirs gouvernementaux ou aux dépanneurs. Le problème, c'est la différence de prix et la possibilité d'acheter de l'alcool et de profiter de ce marché particulier. La clé consiste à empêcher le crime organisé de s'intéresser à un marché particulier, un marché illégal.

Le président: Très bien, une autre question rapide. La contrefaçon des billets de 20\$, qui sont plutôt ordinaires, pose-t-elle un problème majeur au Canada?

M. Stamler: Non, tout simplement parce que le billet de 20\$ des États-Unis est beaucoup plus facile à contrefaire. Il s'agit d'un billet plus simple, de sorte que tous les faux monnayeurs s'en tiennent à la devise américaine.

Le président: J'ai entendu vos arguments de ce matin et je les respecte.

Ce que je veux dire, c'est qu'il ne faut pas céder, quand il est avisé de faire une certaine chose. Rien n'est encore réglé, et c'est pourquoi nous sommes ici, mais si la banalisation des emballages est une bonne chose, on ne peut pas se laisser abattre par les scénarios hypothétiques destinés à empêcher une décision pour telle ou telle raison. Il faut trouver un moyen de le faire, exactement comme on a trouvé un moyen de réduire la contrefaçon des billets de banque et de mettre légalement les boissons alcooliques en marché et de réduire la contrebande. Il faut trouver un moyen.

Peut-être n'aurions-nous pas dû utiliser l'expression «banalisation des emballages», étant donné que cela paraît trop simple. Les billets de banque sont banalisés, mais ils ne sont pas très simples à reproduire. Si nous nous orientons vers la banalisation des emballages, nous devrions peut-être rechercher un emballage neutre difficile à reproduire. Je pense que c'est un peu ce que vous dites ce matin.

• 1210

M. Stamler: Exactement. Je vous fais toutefois remarquer que l'on a modifié la monnaie canadienne de manière à y ajouter une palette de couleurs plus complète afin de prévenir la contrefaçon. C'est pourquoi la devise américaine est si populaire auprès des faux monnayeurs au Canada. Il faut en tenir compte.

Je suis d'accord avec vous, monsieur le président, que si l'emballage est suffisamment complexe—je m'explique—non pas blanc et noir mais suffisamment complexe, avec un peu de couleur, étant donné qu'un emballage blanc et noir est facile à contrefaire, l'emballage pourrait être le même que celui-ci et il en coûterait autant pour le reproduire.

Le président: Avec le recul, et je vous dis cela de façon toute spontanée, peut-être n'avons-nous pas utilisé la bonne expression quand nous avons parlé de banalisation des emballages, étant donné qu'on a affaire au même emballage, en

[Texte]

or simple, pretty or ugly, is another issue. What we've all been talking about de facto is having a package, one that is different from the other only in the sense that it has a different manufacturer's or producer's name on the package. That's my understanding of what we've been saying, that it would have certain information on it. It would all be a certain standard colour or set of colours and the only distinguishing mark would be that this is a Player's and this is a Camel and this is a so-and-so, and so forth.

Maybe we've tripped into using the term "plain" inadvertently whereas what we meant was the same package for all. The definition of what is the same, whether pretty, ugly, large or small, bright or dull, we haven't come to yet.

I want to thank the witnesses for coming this morning.

I want to make two quick announcements to the committee and we'll be out of here. The first is that the next hearing of the committee is Thursday morning at 8:30 a.m. I will not be here. In line with the practice we've been adopting of rotating the chairmanship—Dr. Pagtakhan chaired the last session—I've invited my colleague, Madam Picard, the other vice-chair, to chair the hearing on Thursday morning.

I say to my colleagues of all parties that we have made a distinction, and I remind you, between hearings of the committee and meetings of the committee. Because of an incident that happened on one of the former occasions when I was away from the committee, where there was an effort to put down motions, I've talked to the persons who were involved and I have an undertaking that no such attempt will be made this time. As well, they have an undertaking from me that if that does happen, we will have to revisit the issue of how we rotate the chairmanship.

The next meeting of the committee, during which we will determine future business, including where we go from here with this particular study, will take place on Wednesday of the week we come back from the break, Wednesday, May 25th at 3:30 p.m. You will, of course, receive a notice of that, too.

The hearing stands adjourned.

[Traduction]

réalité. Que l'emballage en question soit complexe ou simple, attrayant ou laid, c'est une autre question. Nous avons parlé d'un emballage qui se distingue d'un autre seulement par le nom du fabricant ou du producteur. Nous avons parlé d'un emballage portant certains renseignements. Tous les emballages seraient d'une certaine couleur normalisée ou d'un ensemble de couleurs et la seule marque distinctive serait qu'un emballage serait un paquet de Player's, l'autre un paquet de Camel, ainsi de suite.

Peut-être avons-nous erré en utilisant le terme «banalisation», par inadvertance, alors que nous voulions parler du même emballage pour tous les produits. On n'a pas déterminé ce qu'on entend par le même emballage, qu'il soit attrayant, laid, gros ou petit, brillant ou terne.

Je tiens à remercier les témoins de ce matin.

J'ai deux annonces rapides à faire au comité avant de partir. Premièrement, la prochaine audience du comité aura lieu jeudi matin, à 8h30. Je ne serai pas là. Conformément à la pratique que nous avons adoptée d'alterner à la présidence —le Dr Pagtakhan a présidé la dernière séance—j'ai invité ma collègue, M^{me} Picard, l'autre vice-présidente, à présider l'audience de jeudi matin.

Je signale à mes collègues de tous les partis que nous avons fait une distinction, et je vous la rappelle, entre les audiences et les réunions du comité. À cause d'un incident qui s'est produit pendant mon absence et au cours duquel on a tenté de rejeter des motions, j'ai parlé aux intéressés qui se sont engagés à ne pas recommencer. En outre, je me suis engagé à remettre en question la pratique de l'alternance si cela se reproduisait.

La prochaine réunion du comité, au cours de laquelle nous déterminerons nos travaux à venir, notamment en ce qui concerne l'étude en cours, aura lieu le mercredi de la semaine qui suivra la pause, soit le 25 mai, à 15h30. Vous recevrez bien sûr un avis de convocation.

La séance est levée.

From R.J. Reynolds Tobacco Co. and Philip Morris International Inc.:

Julius L. Katz, President, Hills & Company, International Consultants;

N. David Palmeter, Senior Partner, Mudge Rose Guthrie Alexander & Ferdon, Washington;

Richard G. Dearden, Senior Partner, Gowling Strathy & Henderson, Ottawa.

From the Canadian Association of Chain Drug Stores:

Sherry Porter, Executive Director, Ontario Chain Drug Association;

Rod Stamler, Corporate Investigator, Lindquist Avey MacDonald Baskerville;

Mario Passamai, Senior Investigator, Lindquist Avey MacDonald Baskerville.

De R.J. Reynolds Tobacco Co. et Philip Morris International Inc.:

Julius L. Katz, président, Hills & Company, International Consultants;

N. David Palmeter, associé principal, Mudge Rose Guthrie Alexander & Ferdon, Washington;

Richard G. Dearden, associé principal, Gowling Strathy & Henderson, Ottawa.

De Canadian Association of Chain Drug Stores:

Sherry Porter, directrice exécutive, Ontario Chain Drug Association;

Rod Stamler, enquêteur, Lindquist Avey MacDonald Baskerville;

Mario Passamai, enquêteur principal, Lindquist Avey MacDonald Baskerville.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Cœur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Cœur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Ontario Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board:

Albert Bouw, Chairman;
George Gilvesy, Vice-Chairman.

From the Quebec Flue-Cured Tobacco Growers' Marketing Board:

Germain Ducharme, President;
Sylvain Ethier, Vice-President;
Richard Desmarais, Director.

From the Canadian Lung Association:

Peter MacLeod, National President;
Steven Woodward, Action of Smoking and Health, Great Britain;
Ron Jette, Director of Communications.

From the Legislative Assembly of Ontario:

Larry O'Connor, M.P.P., Parliamentary Secretary to the Health Minister.

From the Ontario Ministry of Health:

Brenda Mitchell, Manager, Tobacco Strategy Unit, Health Promotion Branch.

(Continued on previous page)

TÉMOINS

De l'Office des producteurs du tabac jaune de l'Ontario :

Albert Bouw, président;
George Gilvesy, vice-président.

De l'Office des producteurs du tabac jaune du Québec :

Germain Ducharme, président;
Sylvain Ethier, vice-président;
Richard Desmarais, directeur.

De l'Association pulmonaire du Canada :

Dr Peter MacLeod, président national;
Steven Woodward, Action du tabac sur la santé, Grande-Bretagne;
Ron Jette, directeur des communications.

De l'Assemblée législative de l'Ontario :

Larry O'Connor, député, secrétaire parlementaire du ministre de la Santé.

Du ministère de la Santé de l'Ontario :

Brenda Mitchell, gérante, Unité stratégique sur le tabac, Division de la promotion de la santé.

(Suite à la page précédente)

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 10

Thursday, May 12, 1994

(15) r: Roger Simmons

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 10

Le jeudi 12 mai 1994

Président: Roger Simmons

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Health

Santé

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study on Plain Packaging of Tobacco Products

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la banalisation des produits du tabac

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



STANDING COMMITTEE ON HEALTH

Chair: Roger Simmons

Vice-Chairs: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Members

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Associate Members

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

Carmen DePape

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DE LA SANTÉ

Président: Roger Simmons

Vice-présidents: Rey Pagtakhan
Pauline Picard

Membres

Margaret Bridgman
Pierre de Savoye
Hedy Fry
Keith Martin
Bernard Patry
Andy Scott
Paul Szabo
Rose-Marie Ur—(11)

Membres associés

Madeleine Dalphond-Guiral
Grant Hill
Audrey McLaughlin
John Murphy

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Carmen DePape

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, MAY 12, 1994

(15)

[Text]

The Standing Committee on Health met at 8:38 o'clock a.m. this day, in Room 269, West Block, the Acting Chair, Pauline Picard, presiding.

Members of the Committee present: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier and Tom Curran, Research Officers.

Witnesses: Harold Culbert, M.P. From the Government of Nova Scotia: The Honourable Ron Stewart, Minister of Health. From the National Association of Tobacco and Confectionery Distributors: Luc Dumulong, Executive Vice-President; Mark Tobenstein, President and owner, Regitan Co. Ltd., President of the N.A.T.C.D.; Richard Guindon, Director, A.C. Limoges Inc. From the Legislative Assembly of Ontario: Leo Jordan, M.P.P.; Robert Runciman, M.P.P.. From the City of Smiths Falls: Laurence Lee, Mayor. From the Patent and Trademark Institute of Canada: Robert Gould, Secretary; Christopher Brett, Member of the Trademark Legislation Committee. From Alberta Action on Smoking and Health: Roger Hodkinson, Chairman; Les Hagen, Executive Director. From the Canadian Tobacco Manufacturers' Council: Robert Parker, President; Paul M. Jacobson, Jacobson Consulting Inc.; Robert Morrison, Professor of Management, Faculty of Management, McGill University; Duncan McKie, Vice-President, Decima Research; Zalman Amit, Centre for Studies in Behaviour Neurobiology, Concordia University.

Pursuant to Standing Order 108(2), the Committee resumed consideration of its study on Plain Packaging of Tobacco Products (See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, April 12, 1994, Issue No. 1).

Harold Culbert made a statement and answered questions.

At 9:12 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:13 o'clock a.m., the sitting resumed.

Ron Stewart made a statement and answered questions.

At 9:45 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 9:53 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witnesses from the National Association of Tobacco and Confectionery Distributors made statements and answered questions.

At 10:31 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:33 o'clock a.m., the sitting resumed.

Robert Runciman and Leo Jordan made statements and, with Laurence Lee, answered questions.

At 11:08 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:12 o'clock a.m., the sitting resumed.

Robert Gould made a statement and, with the other witness from the Patent and Trademark Institute of Canada, answered questions.

PROCÈS-VERBAL

LE JEUDI 12 MAI 1994

(15)

[Traduction]

Le Comité permanent de la santé se réunit à 8 h 38, dans la salle 269 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Pauline Picard (*présidente suppléante*).

Membres du Comité présents: Margaret Bridgman, Pierre de Savoye, Hedy Fry, Keith Martin, Rey Pagtakhan, Pauline Picard, Andy Scott, Paul Szabo, Rose-Marie Ur.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Odette Madore, Nancy Miller-Chénier et Tom Curran, attachés de recherche.

Témoins: Harold Culbert, député. Du gouvernement de la Nouvelle-Écosse: L'honorable Ron Stewart, ministre de la Santé. De l'Association nationale des distributeurs de tabac et de confiserie: Luc Dumulong, vice-président exécutif; Mark Tobenstein, président et propriétaire, Regitan Co. Ltd., Président de l'ANDTC; Richard Guindon, directeur, A.C. Limoges Inc. De l'Assemblée législative de l'Ontario: Leo Jordan, député; Robert Runciman, député. De la ville de Smiths Falls: Laurence Lee, maire. De l'Institut canadien des brevets et marques: Robert Gould, secrétaire; Christopher Brett, membre du Comité législatif des marques. De Alberta Action on Smoking and Health: Roger Hodkinson, président; Les Hagen, directeur exécutif. Du Conseil canadien des fabricants des produits du tabac: Robert Parker, président; Paul M. Jacobson, Jacobson Consulting Inc.; Robert Morrison, professeur de gestion, Faculté de gestion, Université McGill; Duncan McKie, vice-président, Décima Research; Zalman Amit, Centre d'études du comportement neurobiologique, Université Concordia.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend l'étude de la banalisation des produits du tabac (*voir les Procès-verbaux et témoignages du mardi 12 avril 1994, fascicule n° 1*).

Harold Culbert fait un exposé et répond aux questions.

À 9 h 12, la séance est suspendue.

À 9 h 13, la séance reprend.

Ron Stewart fait un exposé et répond aux questions.

À 9 h 45, la séance est suspendue.

À 9 h 53, la séance reprend.

Les témoins de l'Association nationale des distributeurs de tabac et de confiserie font des exposés et répondent aux questions.

À 10 h 31, la séance est suspendue.

À 10 h 33, la séance reprend.

Robert Runciman et Leo Jordan font des exposés puis, avec Laurence Lee, répondent aux questions.

À 11 h 08, la séance est suspendue.

À 11 h 12, la séance reprend.

Robert Gould fait un exposé puis, avec l'autre témoin de l'Institut des brevets et marques, répond aux questions.

At 11:34 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 11:36 o'clock a.m., the sitting resumed.

The witnesses from Alberta Action on Smoking and Health made statements and answered questions.

At 11:58 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 12:01 o'clock p.m., the sitting resumed.

Robert Parker of the Canadian Tobacco Manufacturers' Council made a statement and, with Robert Morrison and Zalman Amit, answered questions.

At 1:00 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

À 11 h 34, la séance est suspendue.

À 11 h 36, la séance reprend.

Les témoins de l'Alberta Action on Smoking and Health, font des exposés et répondent aux questions.

À 11 h 58, la séance est suspendue.

À 12 h 01, la séance reprend.

Robert Parker du Conseil canadien des fabricants des produits du tabac, fait un exposé et, de même que Robert Morrison et Zalman Amit, répond aux questions.

À 13 heures, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Carmen DePape

La greffière du Comité

Clerk of the Committee

Carmen DePape

[Texte]**EVIDENCE****[Recorded by Electronic Apparatus]**

Thursday, May 12, 1994

[Traduction]**TÉMOIGNAGES****[Enregistrement électronique]**

Le jeudi 12 mai 1994

• 0839

La présidente suppléante (Mme Picard): À l'ordre!

Bonjour aux membres du Comité. J'aimerais souhaiter la bienvenue à M. Harold Culbert, député de Carleton—Charlotte au Nouveau-Brunswick. Je voudrais vous demander de nous faire un bref exposé pour nous permettre d'avoir le temps de vous poser le plus possible de questions.

M. Harold Culbert (député de Carleton—Charlotte): Merci, madame la présidente et

members of the standing committee. First of all, I want to thank you for allowing me to appear this morning on behalf of my constituents on the subject of plain packaging of tobacco products.

Before I begin the brief itself, perhaps it would be prudent to provide some background information. I have been told that everyone has been provided with copies of the brief in the translated form. Is that correct, Madam Chair?

The Acting Chair (Mrs. Picard): Order!

Good morning, members of the committee. I would like to welcome Mr. Harold Culbert, member of Parliament for Carleton—Charlotte, New Brunswick. I would like to ask you to be brief in order to allow as many questions as possible.

Mr. Harold Culbert (Member of Parliament for Carleton—Charlotte): Thank you, Madam Chair and

membres du comité permanent. Je vous remercie d'abord de m'avoir permis de témoigner ce matin au nom de mes électeurs au sujet de l'emballage neutre des produits du tabac.

Avant de passer au mémoire même, il serait peut-être sage que je vous fournisse quelques renseignements de base. On m'a dit que vous aviez tous reçu des copies du mémoire traduit. Est-ce exact, madame la présidente?

• 0840

The Acting Chair (Mrs. Picard): Oui.

Mr. Culbert: Just to give you a little background of my previous life, I was very involved in my municipality of Woodstock, New Brunswick. I was elected to municipal council in May 1977 and served four terms as mayor from 1980 to 1992, when I decided I would not re-offer. So I do have some personal knowledge of what has transpired in the tobacco and cigarette industry, and the problems in our particular area.

I should also advise you that the major part of my present Carleton—Charlotte constituency is along the 49th parallel between the state of Maine and the province of New Brunswick. You must also appreciate that during the past four or five years, cross-border shopping was at its height and was extremely devastating to the towns and the communities along those border areas. Retail shops of all kinds were closing their doors and the towns and the villages were suffering greatly as a result.

In some constituency areas it is a 10 to 15-minute drive to the U.S. border or the adjacent town in the state of Maine. In some areas the distance is even shorter. For example, in my riding in St. Stephen, New Brunswick, it's a matter of driving across the bridge. If you want to go to the convenience store, it's not necessary to shop in St. Stephen because in two minutes you can be in the adjacent town of Calais, Maine, across the bridge. So it's really a discretionary thing on your part.

During this period of time, the major imports, both legally—and when I say legally I mean paying the duties and taxes that were assessed—and illegally were cigarettes and tobacco products. This was not cured until the recent decision of government to reduce the federal and, subsequently, provincial taxes on these products.

La présidente suppléante (Mme Picard): Oui.

M. Culbert: Voici quelques données de base sur mes activités antérieures: j'ai beaucoup travaillé au sein de ma municipalité de Woodstock, au Nouveau-Brunswick. J'ai été élu conseiller municipal en mai 1977 et après quatre mandats à la mairie, de 1980 à 1992, j'ai décidé de ne pas me représenter. Je connais donc un peu l'industrie du tabac et de la cigarette, ainsi que les problèmes de notre région en particulier.

Je dois aussi préciser que ma circonscription de Carleton—Charlotte suit en grande partie le 49^e parallèle entre l'État du Maine et la province du Nouveau-Brunswick. Il faut aussi comprendre qu'au cours des quatre ou cinq dernières années, le magasinage outre-frontière, qui battait son plein, s'est révélé extrêmement dévastateur pour les villes et les localités frontalières. Des détaillants de tous genres ont fermé leurs portes et les villes et les villages en ont donc souffert considérablement.

Certains secteurs de ma circonscription sont à 10 ou 15 minutes de route à peine de la frontière américaine ou de la ville voisine du Maine. Dans certains cas, c'est encore moins. À St. Stephen (Nouveau-Brunswick), par exemple, il suffit de franchir le pont. Pour aller au dépanneur, il n'est pas nécessaire de s'arrêter à St. Stephen parce que Calais, au Maine, n'est qu'à deux minutes de l'autre côté du pont. Il s'agit donc d'une décision personnelle.

Pendant cette période, les cigarettes et les produits du tabac ont constitué les principales importations, tant légales—j'entends par là que les droits et les taxes en cause sont payés—qu'illégales. Le problème ne s'est réglé que lorsque les gouvernements ont décidé récemment de réduire les taxes fédérales et, par la suite, les taxes provinciales sur ces produits.

[Text]

Although there are still some small savings currently with the lower prices and concurrent exchange rates, they aren't enough for individuals or the criminal element to bother. This is the concern. There is no other issue, only the fear of creating this disparity once again by the proposed plain packaging.

I hope you can now appreciate a little better the understanding of the brief, as there is an alternative in the border regions. I don't believe this point was considered when the proposal presently before you was presented.

I will now present the official brief on behalf of the management and staff. It's not my brief. I hope you all understand it is their brief. At a recent meeting at their facility I was asked by the staff members to assure that the brief was presented to you and I'm carrying out their wishes on behalf of my constituents. I consider this part of my responsibility as an elected official.

I will go through the brief as rapidly as possible to allow as many opportunities for questions by members.

Efka Canada Limited is the largest independent cigarette tube manufacturer in Canada, and I emphasize the word independent. Our only facility is located in Woodstock, New Brunswick. Three years ago, prior to large-scale smuggling in Canada, we employed 110 people. Currently we have 53 staff, with an annual payroll of \$1.7 million.

• 0845

Mr. Szabo (Mississauga South): With respect, Mr. Culbert, we did receive the material in advance and we did read it. I wonder if it might be helpful simply to highlight the critical points that you'd like to make so we can get more time to ask questions. It will probably take another five or so minutes to read this to us again.

Mr. Culbert: I appreciate your concern, but my commitment to the employees was to present this brief to you. I'd like to go through it as rapidly as I can in relation to the comments that were made. Certainly I will welcome as many opportunities for questions as we possibly can, with your permission.

La présidente suppléante (Mme Picard): Vous êtes bien conscient que vous n'aviez seulement qu'une demi-heure?

Mr. Culbert: Yes.

The equipment Efka Canada Limited utilizes to manufacture cigarette tubes is expensive and therefore requires large capital investment. It is very sophisticated and a skilled workforce is necessary to operate and maintain the entire plant. Since the establishment of the company, it has developed a workforce basically from the ranks of the unemployed. It has received extensive training from the company, the manufacturer, and its parent company in Germany to meet the needs of the operation and its customers.

Over the past five years federal and provincial governments increased taxes on tobacco products, to the point where smuggling became so prevalent that 40% or more of the cigarettes smoked in Canada were contraband.

[Translation]

Même si les prix moins élevés et les taux de change offrent encore de modestes économies, celles-ci ne sont pas suffisantes pour intéresser les particuliers ou les criminels. C'est ce qui inquiète. La seule question, c'est la crainte que l'emballage neutre ne recrée cette disparité.

J'espère que vous pouvez maintenant comprendre un peu mieux le sens de notre mémoire, car il y a une solution de rechange dans les régions frontalières. Je ne crois pas qu'on en ait tenu compte lorsque vous a été soumise la proposition dont vous êtes actuellement saisis.

Je vais maintenant vous présenter le mémoire officiel au nom de la direction et du personnel. Ce mémoire n'est pas de moi et j'espère que vous le comprendrez tous: c'est celui de l'entreprise. Au cours d'une réunion récente dans les locaux de l'entreprise, les membres du personnel m'ont demandé de veiller à ce que le mémoire vous soit présenté et j'accède à leurs voeux au nom de mes électeurs. Je considère que cela fait partie de mon mandat de représentant élu.

Je vais parcourir le mémoire aussi rapidement que possible afin de permettre aux députés de poser autant de questions que possible.

Efka Canada Limitée est le plus important fabricant indépendant de tubes de cigarette au Canada, et j'insiste sur le mot indépendant. Notre seule usine est située à Woodstock, au Nouveau-Brunswick. Il y a trois ans, avant que la contrebande ne sévisse à une si grande échelle au Canada, nous comptions 110 employés. À l'heure actuelle, nous en comptons 53 et nous versons 1,7 millions de dollars chaque année en salaires.

M. Szabo (Mississauga-Sud): Avec tout le respect que je vous dois, monsieur Culbert, nous avons reçu le document à l'avance et nous l'avons lu. Il serait peut-être utile d'en souligner simplement les points critiques que vous voulez faire valoir afin que nous ayons plus de temps pour poser des questions. Il faudra probablement encore cinq minutes environ pour nous lire de nouveau ce document.

M. Culbert: Je comprends votre préoccupation, mais j'ai promis aux employés de vous présenter ce mémoire. Je veux le parcourir aussi rapidement que possible par rapport aux observations qui ont été faites. Avec votre permission, je répondrai au plus grand nombre de questions possibles.

The Acting Chair (Mrs. Picard): You are well aware that you have only half an hour?

M. Culbert: Oui.

L'équipement que notre société utilise pour fabriquer des tubes de cigarette est onéreux; par conséquent, il exige de grandes dépenses en capital. Cet équipement est très perfectionné et il faut une main-d'œuvre spécialisée pour le faire fonctionner et entretenir l'usine toute entière. Depuis la fondation de notre entreprise, nous recrutons essentiellement notre main-d'œuvre parmi les chômeurs. Ils reçoivent une formation complète de l'entreprise, du fabricant et de notre société mère en Allemagne, de façon à être en mesure de répondre aux besoins opérationnels et à satisfaire ceux des clients.

Au cours des cinq dernières années, les gouvernements fédéral et provinciaux ont haussé les taxes sur les produits du tabac au point où la contrebande est devenue si répandue qu'au moins 40 p. 100 des cigarettes fumées au Canada proviennent du marché noir.

[Texte]

Efka Canada Limited products exist to offer low-income consumers an alternate solution to higher-priced tailor-made cigarettes. With the tremendous increase in smuggled cigarettes, it found itself competing not against normal business practices but against criminals, as contraband cigarettes were priced at the same level as their products. The result was that its product volume significantly decreased by more than 35% over the past four years and forced it to lay off 57 people. The downward trend in volumes would surely have continued if the government had not reversed its position on taxation. It is important to realize that its volume reduction was not caused by a reduction in the amount of tobacco products consumed, this being its opinion.

It is Efka Canada Limited's position that should plain packaging of tobacco products become a reality, Canada will once again see a sharp increase in the smuggled and counterfeit cigarettes. We base this upon the following.

Plain packaging will restore a price advantage to the criminal element by providing the opportunity to illegally manufacture and package counterfeit products both in and outside Canada.

To counterfeit plain packaging is both cheaper and easier than to duplicate brand packages. Dishonest dealers would be able to sell to the consumer counterfeit plain packaging for full retail price, thus increasing their profit margin considerably, or below retail to increase their sales volumes. This occurred in the last smuggling epidemic even with multi-coloured and sophisticated designs on packages. While people working in the industry could spot the differences, most consumers could not. By introducing plain packaging, this problem will only become more difficult to detect by both the industry and consumer.

The price advantage is created simply. Criminals do not pay taxes. Don't forget the fact that during the smuggling epidemic, contraband was sold, as I'm sure everyone here knows, on street corners, school yards, and in your neighbour's living room for far less than retail value, thereby eliminating the main control society has in restricting smoking by our youth.

If the concept of the Canadian Cancer Society and the Non-Smokers Rights Association is correct, consumers will not accept plain packaged tobacco. The result may not be as these groups and the government and many others of us wish, and that is to reduce smoking.

Instead, it may be that the consumers will purchase their desired product, brand-name packages, originating outside Canada or produced within Canada by criminals, just as consumers did when they desired to purchase cheaper tobacco products when taxation levels were excessively high.

[Traduction]

Les produits fabriqués par Efka Canada Limited offrent aux consommateurs à faible revenu une solution de recharge aux onéreuses cigarettes toutes faites. La hausse phénoménale de la contrebande de cigarettes nous a mis dans une position où, plutôt que de concurrencer nos adversaires commerciaux habituels, nous devions combattre des criminels, car le prix des cigarettes de contrebande était à peu près comparable à celui de nos produits. Ainsi, notre production a connu une chute de plus de 35 p. 100 au cours des quatre dernières années, ce qui nous a forcés à mettre à pied 57 personnes. Cette chute de notre volume de production se serait sûrement poursuivie si le gouvernement n'avait pas reculé sur la question des taxes. Il est important de réaliser que la réduction de notre production n'était pas attribuable à une baisse de la consommation des produits du tabac.

La position de notre entreprise est la suivante: si la politique d'emballage générique des produits du tabac se concrétise, le Canada assistera encore une fois à une hausse marquée de la contrebande et de la fabrication non autorisée de cigarettes. Notre argument se fonde sur les éléments suivants.

La politique d'emballage générique redonnera aux criminels l'avantage du prix en leur fournissant l'occasion de fabriquer et d'emballer légalement des produits non autorisés tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du Canada.

La contrefaçon d'un emballage générique coûte beaucoup moins cher et est beaucoup plus facile à réaliser que la reproduction d'emballages de marque. Des vendeurs malhonnêtes pourraient vendre aux consommateurs, pour le plein prix de détail, des cigarettes empaquetées dans un faux emballage générique, ce qui leur permettrait d'accroître de façon considérable leur marge de profit. S'ils voulaient faire augmenter leur chiffre d'affaires, ils n'auraient qu'à vendre la marchandise moins cher que les détaillants. C'est exactement ce qui s'est produit au cours de la dernière vague de contrebande, en dépit d'emballages multicolores ou d'un dessin à la mode. Même si les gens qui travaillent dans l'industrie pourraient remarquer les différences, la plupart des consommateurs ne le pourraient pas. L'adoption des emballages génériques rendrait tout simplement plus difficile la détection de la contrefaçon par l'industrie et le consommateur.

L'avantage du prix est très simple: les criminels ne paient pas de taxes. N'oubliez pas que pendant que la contrebande battait son plein, les produits se vendaient, comme chacun le sait, dans la rue, les cours d'école et le salon du voisin, moins cher que le prix de détail, ce qui éliminait par le fait même le contrôle que la société peut exercer pour restreindre le tabagisme chez les jeunes.

À en croire la Société canadienne du cancer et l'Association pour les droits des non-fumeurs, les consommateurs ne seront pas portés à acheter des produits du tabac empaquetés dans un emballage générique. Les résultats pourraient être autres que ceux souhaités par ces groupes et le gouvernement, c'est-à-dire la réduction de la consommation de cigarettes.

• 0850

Les consommateurs pourraient plutôt choisir d'acheter le produit qu'ils préfèrent: les emballages de marque, provenant de l'extérieur du Canada ou produits ici même au pays par des criminels. C'est exactement ce qu'ils ont fait lorsqu'ils souhaitaient acheter des produits du tabac moins cher parce que les taxes étaient exorbitantes.

[Text]

There are at least three elements that create the illegal or black market: price advantage, demand for a product not legally available, and the availability of products restricted from certain groups—and the example I used was Canadian youth. We have demonstrated that all of these elements will be created by the intended policy.

In closing, Efka Canada Limited has experienced what smuggling and counterfeit products have done. Should government adopt the policies that would, again, recklessly promote the resurgence of these criminal activities, Efka Canada Limited and its employees believe they will certainly suffer dire consequences.

They wish to point out that Efka Canada Limited is not the only company that will be negatively affected by the policy. Their suppliers, they indicate, are also at risk, and they have attached some sample letters from suppliers who would be adversely affected by the consequences. I won't go into detail. I am sure everyone, along with their brief, has received copies of those pieces of correspondence relating to their personal feeling of what effects it could have.

That's the brief. I would be very pleased to try to answer any questions from your members on the standing committee with regard to the position and the concern of cross-border shopping, smuggling, the criminal element, to the best of my ability.

La présidente suppléante (Mme Picard): Monsieur de Savoye.

M. de Savoye (Portneuf): Merci, madame la présidente. Monsieur Culbert, je peux vous dire, étant un de vos collègues, que vous avez convenablement représenté vos commettants et en particulier l'entreprise au sujet de laquelle vous nous avez entretenus. C'est tout à votre honneur de l'avoir fait.

De vos propos, je retiens cependant que l'aspect de la contrebande est celui qui vous inquiète le plus, et cette inquiétude provient du fait qu'un empaquetage banalisé serait vraisemblablement facile à contrefaire. Est-ce que je dois comprendre de vos propos que si l'empaquetage banalisé comportait des caractéristiques particulières qui rendraient sa contrefaçon extrêmement difficile, l'aspect contrebande serait réduit, sinon éliminé, et à ce moment-là les intérêts de cette entreprise et des entreprises semblables seraient convenablement protégés?

Mr. Culbert: Thank you very much for your question. It's certainly a very sensible and logical one, and one that I certainly, as I am sure you appreciate, balanced in my mind when I read that brief for the first time.

I think that would be extremely difficult, but yes, I think if there is some method or way that plain packaging could be designed in some fashion that prohibits counterfeiting, it certainly would be one part of it.

The other part relative to that, having experienced this and seen it personally during the height of cross-border shopping, if you will, and the smuggling, counterfeiting, even the legal crossing of the border... We must remember that we have a big neighbour to the south of us, and, more specifically, in my riding... In addition to our Canadian products, we have no control over their products available on the shelf.

[Translation]

Au moins trois éléments présidaient à la création du marché noir: un produit moins cher, une demande à l'égard d'un produit interdit et l'accès à des produits restreints à certains groupes, par exemple, les jeunes Canadiens. Nous avons fait la preuve que la politique prévue sera propice à chacune de ces trois situations.

En terminant, nous voulons vous dire que notre entreprise a vécu les effets de la contrebande et de la contrefaçon. Si le gouvernement devait adopter des politiques qui, encore une fois, favoriseraient la reprise de ces activités criminelles, Efka Canada Limited et ses employés auraient sûrement à en subir les conséquences néfastes.

Nous souhaitons souligner qu'Efka Canada Limited n'est pas la seule entreprise sur qui une politique de ce genre aura des effets négatifs. Nos fournisseurs sont susceptibles d'être affectés aussi, comme en témoignent les quelques lettres que nous avons annexées à la présente. Je n'entrerai pas dans les détails, car je sais que chacun a reçu, avec sa copie du mémoire, des copies de cet échange de correspondance qui décrit ce que pensent les auteurs des répercussions d'une telle politique.

Voilà pour le mémoire. Je répondrai du mieux possible à vos questions sur la position de l'entreprise et ses préoccupations relatives au magasinage outre-frontière, à la contrebande et à l'élément criminel.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mr. de Savoye.

M. de Savoye (Portneuf): Thank your, Madam Chair. Mr. Culbert, being one of your colleagues, I can tell you that you have represented adequately your constituents and particularly the company which you talked about. It is all in your honour.

However, I notice from your submission that the smuggling problem is the one which you are the most worried about and that those concerns come from the fact that plain packaging would be easy to counterfeit. Am I to understand from your submission that if plain packaging had particular characteristics making it extremely difficult to counterfeit, the smuggling problem would be reduced if not eliminated and that the interests of that company and similar businesses would be suitably protected?

M. Culbert: Merci beaucoup de votre question très sensée et logique. J'y ai certainement réfléchi, vous le comprendrez sans doute, lorsque j'ai lu le mémoire pour la première fois.

Ce serait extrêmement difficile, mais s'il y a un moyen de concevoir les emballages neutres de façon à empêcher la contrefaçon, cela jouerait certainement.

L'autre aspect de la question, c'est qu'après avoir vécu personnellement l'expérience lorsque le magasinage outre-frontière battait son plein, pour ainsi dire, ainsi que la contrebande, la contrefaçon, même le passage légal de la frontière... Il ne faut pas oublier que nous avons un gros voisin au Sud et, plus particulièrement, dans ma circonscription... Outre nos produits canadiens, nous n'avons aucun contrôle sur les produits qui y sont disponibles.

[Texte]

[Traduction]

• 0855

In many cases they have bought—and I've seen this with my own eyes—our tobacco and put it in their packaging. Then they resell it back to us on this side of the border. I don't want to use any brand names. I don't think that should be noted here.

I'm sure we're all familiar with many of the popular U.S. brand names of cigarette and tobacco products. You can appreciate that within many areas of the five or six major border crossings in my constituency, very readily you can zip over in 10 or 15 minutes—some of them in less time than that—obtain your product, the American brand, and you can have all the glitter glory that you may want to look at.

There is an alternative to that in the American brands of cigarettes.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): I have a couple of quick questions. In the event that your concerns about smuggling could be satisfied—as Mr. de Savoye referred to—would you have other difficulties with this?

Mr. Culbert: I guess the bottom line is anything that can complement or assist in reducing the number of youth beginning to smoke, I would certainly support.

My statement to young people, in speaking to schools and students over many years, has been that the easiest way to quit smoking is to never start. I firmly support and believe that. On the question that was asked earlier, which you're referring to, yes, I would certainly support that.

My only question is, can we take it to the North American element? If we had the perfect world here and Canada could control all of this, it would be ideal. I think we could make those attempts to prohibit the counterfeiting and so on of that packaging.

The other point is—as I referred to earlier in the previous question—the American brands themselves, which we have little or no control of...

Mr. Scott: Is it at that level of consciousness that people are consumers? It strikes me that the advertising is more subliminal than that. I think the idea is to sort of promote the name.

Are you suggesting that if our packages were sort of dull looking because American packages are not, people would somehow be compelled to drive across the border to buy less dull looking packages? Is that what you're saying?

Mr. Culbert: I'm saying the option is there. Because there's no longer a colour code, if you will, that is psychological in the minds of our youth, which will suggest they should buy this particular brand because it's the most popular, it's the in thing to do, it's part of the crowd—if that's the concept, then the same opportunity exists for them only on the American brands. I'm just pointing that out to you.

Mr. Scott: The only other question is it seems to me that the company you are representing represents the low end of tobacco consumption, these roll-your-own things and the tubes and so on. Your fear here, or the fear expressed in the brief, is that increased smuggling cuts into that market. Is that correct? Is that what my understanding is?

Dans nombre de cas, nos voisins achètent notre tabac et le mettent dans leurs paquets—and je l'ai vu de mes propres yeux—pour nous revendre le tout de ce côté-ci de la frontière. Je ne veux pas citer de marques, ce qu'il faut éviter de faire ici à mon avis.

Nous connaissons tous un grand nombre des marques américaines populaires de cigarettes et de produits du tabac. Vous comprendrez que dans la région environnante des cinq ou six principaux points de passage de la frontière de ma circonscription, la frontière n'est qu'à 10 ou 15 minutes—and parfois moins dans certains cas. On peut facilement aller acheter la marque américaine recherchée, dans toute sa splendeur.

Les marques américaines représentent une solution de rechange.

Mr. Scott (Fredericton—York—Sunbury): J'ai quelques questions rapides. Si l'on pouvait dissiper vos préoccupations au sujet de la contrebande—comme l'a dit M. de Savoye—le projet vous poserait-il d'autres problèmes?

Mr. Culbert: En somme, j'appuierai certainement tout ce qui peut aider à réduire le nombre de jeunes qui commencent à fumer.

Pendant des années, j'ai pris la parole devant des étudiants et dit aux jeunes que la façon la plus facile d'arrêter de fumer, c'est de ne jamais commencer. J'en suis convaincu. Au sujet de la question qu'on a posée plus tôt et à laquelle vous faites allusion, j'appuierais certainement une telle mesure.

Ma seule question est la suivante: pouvons-nous étendre cette mesure à toute l'Amérique du Nord? Si nous vivions dans un monde idéal et si le Canada pouvait contrôler tous les éléments de l'équation, ce serait parfait. Nous pourrions essayer de prendre ces mesures pour interdire la contrefaçon des paquets neutres, par exemple.

Comme je l'ai dit plus tôt, il y a aussi la question des marques américaines mêmes sur lesquelles nous n'avons à peu près aucun contrôle...

Mr. Scott: Est-ce à niveau de conscience que les gens deviennent consommateurs? Il me semble que la publicité est plus subliminale. Je pense qu'on cherche en quelque sorte à promouvoir le nom.

Voulez-vous dire que si nos paquets étaient en quelque sorte sans éclat, contrairement aux paquets américains, les gens se sentirait en quelque sorte obligés de franchir la frontière pour aller acheter des paquets plus attrayants? Est-ce là ce que vous voulez dire?

Mr. Culbert: Je dis que la possibilité existe. Comme il n'y a plus de code couleur, pour ainsi dire, qui agit psychologiquement sur les jeunes pour les inciter à acheter une marque en particulier parce qu'elle est la plus populaire, que c'est la marque à la mode, celle que fument les initiés—if tel est le concept, les marques américaines leur offrent alors la même possibilité. Je vous le signale simplement.

Mr. Scott: La seule autre question, c'est qu'il me semble que l'entreprise dont vous êtes le porte parole représente, elle, le bas de gamme du tabagisme, les utilisateurs de tubes qui roulent leurs propres cigarettes, etc. Ce que vous craignez ici, ou la crainte exprimée dans le mémoire, c'est que l'augmentation de la contrebande réduise le marché. Est-ce exact? Est-ce que je comprends bien?

[Text]

Mr. Culbert: Yes.

Mr. Scott: Again, it's strictly a smuggling issue here. If somehow you could be assured that the way we entertain this plain packaging could be done in such a fashion that did not reintroduce an epidemic in smuggled cigarettes, then you would have no difficulty with this?

Mr. Culbert: Certainly not. The concern is twofold. I think it goes a little further than the smuggling, the criminal element of it. It goes also to the counterfeiting portion.

As said, if all the steps that can be taken to avoid that, as we do with our printed money—for example, to avoid the opportunity—or make it as difficult as possible for the counterfeiting element, that leaves only the cross-border portion or the smuggling element.

[Translation]

M. Culbert: Oui.

M. Scott: Là encore, c'est uniquement une question de contrebande. Si l'on pouvait vous garantir que la banalisation pourrait être mise en oeuvre de façon à ne pas relancer l'épidémie de contrebande, cela ne vous causerait aucun problème?

M. Culbert: Certainement pas. La préoccupation est double. Je crois que cela va un peu plus loin que la contrebande et l'élément criminel. Il ne faut pas oublier la contrefaçon.

Comme je l'ai dit, si toutes les mesures qu'il est possible de prendre pour éviter la contrefaçon, comme nous le faisons dans le cas de l'argent en évitant l'occasion, par exemple, ou pour la rendre aussi difficile que possible, il ne resterait plus que les achats outre-frontière ou la contrebande.

• 0900

You must remember—assuming that all Canadian brands would be generic, plain packaged and so on with some name on them, I assume—that the American brands in all their glitter and colour are going to be there. At the height, Madam Chair, of the so-called cross-border shopping, we saw a variety of tobacco products coming in. Quite obviously it was more advantageous to compete with alternate Canadian products smuggled into the country, but I should also tell you that not only was it smuggled competition, it was that those who bought their product, paid the duty and taxes, brought it across, claimed it at the border crossing, still saved \$2 a package. You know, that's pretty worthwhile. One has to remember that at the same time these people were buying their jugs of milk, their chicken, their cheese, and so on. I'm not here to promote that whatsoever, but it involved other things. It was a combination of things that made that whole scenario worthwhile.

I can tell you that's the concern that our people have, not only the employees and the management of this particular facility. I've done some questioning of people within the constituency. Their feeling is much the same. If we're going to do something that's going to bring this beast on us again, government should be extremely careful in implementing such a policy.

Mr. Szabo: The reports are that as a result of the change of government policy on the taxation, both federally and provincially, domestic sales have gone up dramatically as a reflection of reduced smuggling. In fact that amount has been even greater than the reduction in export sales. There's been a 90% reduction in export sales, but a 125% increase in tobacco consumption. That happened very quickly. In January there were the first indications; in February it was very clear; March, I gather, has held those levels, doubling the cigarette market domestically.

How many employees does Efka have right now?

Mr. Culbert: I believe in their report they said they have 52 employees.

Mr. Szabo: The point was made that you lost 57 jobs over the last four years because of counterfeiting and smuggling. Now that it's all been reversed, the company still employs the same number of employees when in fact the marketplace has doubled. How can you explain that?

Si l'on suppose que toutes les marques canadiennes seront emballées dans des paquets neutres portant probablement un nom, il ne faut pas oublier que les marques américaines seront là dans toute leur splendeur et avec toutes leurs couleurs. Au moment où le magasinage outre-frontière battait son plein, madame la présidente, nous avons vu arriver tout un éventail de produits du tabac. Il est évident qu'il était plus avantageux de faire concurrence à d'autres produits canadiens importés en contrebande. Sans compter la contrebande, même ceux qui importaient leurs cigarettes en payant les droits et les taxes aux postes frontière épargnaient quand même 2\$ le paquet. Ce n'est pas rien, vous savez. Il ne faut pas oublier qu'en même temps, les gens en question achetaient du lait, du poulet, du fromage, etc. Je ne suis pas venu défendre de telles habitudes, mais il y avait autre chose en jeu. La démarche valait la peine à cause de toute une combinaison de facteurs.

La situation préoccupe les employés et la direction de l'usine, et elle nous préoccupe aussi. Les gens que j'ai interrogés dans ma circonscription sont à peu près du même avis. S'il doit mettre en oeuvre des mesures qui feront réapparaître ce cauchemar chez nous, le gouvernement devra agir avec une prudence extrême.

M. Szabo: Lorsque les gouvernements fédéral et provinciaux ont modifié leur politique, les ventes canadiennes ont grimpé en flèche à la suite de la baisse de la contrebande. L'augmentation est même supérieure à la réduction des exportations. Les exportations ont diminué de 90 p. 100, mais la consommation de tabac a augmenté de 125 p. 100. Cela s'est produit très rapidement. On a constaté en janvier les premiers signes de la tendance qui s'est grandement précisée en février et s'est maintenue en mars, ce qui a doublé le marché canadien des cigarettes.

Combien d'employés compte actuellement Efka?

M. Culbert: Selon le rapport de l'entreprise, 52, sauf erreur.

Mr. Szabo: On a souligné que la contrefaçon et la contrebande vous avaient fait perdre 57 emplois depuis quatre ans. Maintenant que la tendance s'est inversée, l'entreprise emploie toujours le même nombre de personnes à un moment où le marché a doublé. Comment pouvez-vous expliquer cela?

[Texte]

Mr. Culbert: How can I explain it? That's a good question. One accountant talking to another; maybe I can talk your language.

Madam Chair, I think what's been indicated to me—I hate to refer to a third party, but I guess that's the position I'm in. I'll do the best I can with it. What has been told to me, Mr. Szabo, is that the volume has come back and is coming back very substantially, and they do see their employment status increasing as those volumes continue to increase.

I think you are absolutely right. The comments, the statistics that I've received here in Ottawa have indicated that those results have not come about by increased smoking by youth or any other facet of society, but strictly as a result of those products now being bought in Canada or bought at the retail level, the open market, instead of being smuggled across the border or through criminal activities.

La présidente suppléante (Mme Picard): Je prendrai une dernière question.

Ms Bridgman (Surrey North): Thank you, Madam Chair.

On page five of the report they give the three causes or reasons for the black market. I have some difficulty associating that with plain packaging. If those criteria exist, it really wouldn't matter whether it was in a plain package or not. It's supply and demand, an economic kind of thing.

• 0905

One of the things I'm tending to see is that the effect of plain packaging may generate a different result, depending on the geographic location of the people. For example, if you're very close to alternative options, i.e., the American cigarettes across the bridge, that would be very, very different than if you were in some town that didn't have access to the border.

So I see that plain packaging in itself may have a deterrent effect upon smoking in places that are not close to the border. On the other hand, this group is saying that it's not going to have that much effect on a border town.

Would you agree with that approach?

Mr. Culbert: Quite obviously, the further you get from the border, the less your problems are. It's obvious that if you're a five-minute drive away, it's much easier and more accessible than if you were 200 or 300 miles away.

Just to give you a little more background relative to your question, during the height of the cross-border shopping and the smuggling of cigarettes, whether the duty was paid was irrelevant. As you moved away from the border area itself, it became less prevalent, there's no question, but what did become prevalent was shopping escapades of 48 hours or longer in duration where each person was allowed, as I understand it, to bring across a carton of cigarettes along with a certain total value of other products on a duty-free basis twice a year. So we found that there were busloads coming from communities.

I can't tell you how devastating this was to our community, which is why these people are concerned and why I and my constituents are concerned. Shops closed up. Windows on stores were closed up. They could not deal with that.

[Traduction]

M. Culbert: Comment? Bonne question. Deux comptables qui se parlent: je pourrai peut-être m'exprimer dans votre langue.

Madame la présidente, ce qu'on m'a dit—je n'aime pas citer un tiers, mais je suppose que je n'ai pas le choix. Je ferai de mon mieux. Ce qu'on m'a dit, monsieur Szabo, c'est que le volume s'est rétabli très solidement et l'entreprise prévoit augmenter son effectif si le volume continue à grimper.

Vous avez parfaitement raison. Les observations et les statistiques que j'ai reçues à Ottawa indiquent que ces résultats ne découlent pas d'une augmentation du tabagisme chez les jeunes ou dans tout autre secteur de la société. C'est plutôt simplement parce qu'on achète maintenant ces produits au Canada chez les détaillants, sur le marché ouvert, et non plus des produits de contrebande importés par des criminels.

The Acting Chair (Mrs. Picard): One last question.

Mme Bridgman (Surrey-Nord): Merci, madame la présidente.

À la page cinq du rapport, on mentionne les trois causes du marché noir. J'ai de la difficulté à faire le lien avec l'emballage neutre. Si ces critères existent, il importera peu que le paquet soit neutre ou non. C'est simplement une question d'offre et de demande, d'économie.

Une des choses que j'ai tendance à y voir, c'est que la banalisation pourra avoir des répercussions différentes selon la région géographique. Si l'on vit très près de solutions de recharge et si l'on peut, par exemple, acheter des cigarettes américaines de l'autre côté du pont, ce n'est pas du tout la même chose que lorsqu'on habite une ville loin de la frontière.

La banalisation peut donc avoir en soi un effet dissuasif sur le tabagisme aux endroits éloignés de la frontière. Par ailleurs, les représentants de ce groupe affirment qu'elle n'aura pas beaucoup d'effet sur une ville frontalière.

Êtes-vous d'accord?

M. Culbert: Il est évident que plus on s'éloigne de la frontière, plus les problèmes s'estompent et que de tels produits sont beaucoup plus faciles d'accès à cinq minutes de route qu'à 200 ou 300 milles.

Voici un peu plus d'information sur votre question. Lorsque le magasinage outre-frontière et la contrebande battaient leur plein, le paiement des droits n'avait aucune importance. Plus on s'éloignait de la frontière même, plus le problème s'estompa pour céder toutefois la place aux voyages de magasinage de 48 heures ou plus qui, sauf erreur, permettent à chaque visiteur de rapporter en franchise de droits, deux fois par année, une cartouche de cigarette ainsi que d'autres produits d'une valeur totale donnée. Nous avons donc constaté que de pleins autobus d'acheteurs provenaient d'autres localités.

Je ne peux vous dire dans quelle mesure le phénomène a été dévastateur pour notre localité: c'est pourquoi ces gens sont préoccupés, tout comme mes électeurs et moi-même le sommes. Des magasins ont fermé leurs portes. Des fenêtres ont été condamnées. Les commerçants en cours n'ont pu résister au phénomène.

[Text]

The other thing that has somewhat helped the whole scenario is the exchange rate between the Canadian and American dollars. That certainly has assisted us in reducing cross-border shopping, whether it be tobacco or other products. But we have to look to the future because that spread may become less sometime in the future.

Ms Bridgman: From what I'm hearing here, I suggest that regardless of what this committee decides on plain packaging, it really isn't going to have that much effect on border towns. The reason for the decrease in sales is not because of what the product comes in. It's where the product comes from and the accessibility to that product. So regardless of what we decide here, it's not going to, in what I read, have that much effect.

Mr. Culbert: From their perspective, it will create that whole cross-border shopping activity again to buy the American brand of product or will make it advantageous to counterfeit the Canadian brand of product, if, in fact, there is some price advantage or decrease in cost associated with the packaging element.

Now, I've seen some suggestions that it is more economical to print plain packaging, a generic type of packaging, than to do the reds, greens, blues, or whatever colours are on the various brands today.

Ms Bridgman: Thank you.

La présidente suppléante (Mme Picard): Madame Fry, une question rapide et une réponse rapide pour vous.

Ms Fry (Vancouver Centre): Madam Chair, I'm a little confused. I don't really understand what the problem is. I hear you saying, correct me if I'm wrong—out of this will come a question—that if plain packaging goes ahead, it will affect the cross-border shopping because people will want to go back and get American cigarettes. Is that what you said, that it will increase that cross-border shopping?

Mr. Culbert: That's part of the—

Ms Fry: Why would people want to get American cigarettes if they're not doing so now? In other words, price is not the factor in this case because if it was, they would still be doing cross-border shopping because we've dropped our prices and that's not making a difference to you if there's still cross-border shopping.

• 0910

You're telling me they will still want to buy American cigarettes or more people will when we have plain packaging. Why would that be?

Mr. Culbert: As I understand it, and I'm only trying to translate their views, our whole theory behind plain packaging is to take the glitter away from the packaging for our youth and stop young people from starting smoking, Doctor. I think that glitter is still going to be there from the perspective of the American brands.

Ms Fry: You think people are going to want to buy American cigarettes because they look nicer? In other words, you're saying plain packaging will have an effect on tobacco sales. This group has been set up to look at the feasibility of plain packaging in terms of whether it will have an effect on tobacco sales, and it's obvious it will. Thank you very much.

[Translation]

L'autre facteur qui a aidé en quelque sorte dans toute cette affaire, c'est le taux de change entre les devises canadienne et américaine, qui nous a sûrement aidés à réduire les achats outre-frontière de tabac ou d'autres produits. Il faut toutefois regarder vers l'avenir parce que l'écart pourrait bien se refermer.

Mme Bridgman: D'après ce que j'entends ici, peu importe la décision que le comité prendra sur la banalisation, elle n'aura pas beaucoup d'effet sur les villes frontalières. Les ventes ont diminué à cause non pas de l'emballage du produit, mais plutôt de son point d'entrée et de son accessibilité. Quelle que soit notre décision, elle n'aura pas beaucoup d'effet, d'après ce que je peux lire.

Mr. Culbert: L'entreprise est d'avis que la banalisation relancera de nouveau toute la question du magasinage outre-frontière et incitera à acheter le produit américain ou à contrefaire le produit canadien s'il y a un avantage au niveau des prix ou si le coût de l'emballage diminue.

On a laissé entendre que les emballages banalisés ou neutres coûtent moins cher à imprimer que les emballages rouges, verts et bleus des diverses marques d'aujourd'hui.

Mme Bridgman: Merci.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Ms Fry, a quick question and a quick answer for you.

Ms Fry (Vancouver-Centre): Madame la présidente, je suis un peu confuse. Je ne comprends pas vraiment le problème. Corrigez-moi si je me trompe—and je finirai bien par poser une question—mais je vous entends dire que la banalisation affectera le magasinage outre-frontière parce que les gens voudront acheter de nouveau des cigarettes américaines. Est-ce bien ce que vous avez dit, soit que le magasinage outre-frontière augmentera?

Mr. Culbert: En partie...

Ms Fry: Pourquoi les gens voudraient-ils acheter des cigarettes américaines s'ils ne le font pas maintenant? Autrement dit, le prix n'est pas le facteur en l'occurrence parce que si c'était le cas, les gens continueraient de magasiner outre-frontière. Nous avons réduit nos prix et s'il y a encore du magasinage outre-frontière, cela ne fait aucune différence pour vous.

Vous dites que les gens voudront quand même acheter des cigarettes américaines ou que beaucoup plus de gens le feront après la mise en oeuvre de la banalisation. Pourquoi?

Mr. Culbert: Sauf erreur, et j'essaie seulement de rendre compte des vues des intéressés, tout le concept à l'origine de la banalisation vise à rendre le paquet le plus neutre possible afin d'arrêter les jeunes de commencer à fumer, docteur. Les marques américaines demeureront quand même attrayantes.

Ms Fry: Vous pensez que les gens vont vouloir acheter des cigarettes américaines uniquement parce que l'emballage est plus attrayant? Autrement dit, vous dites que la banalisation aura un effet sur les ventes de tabac. Le comité a été chargé d'étudier la faisabilité de la banalisation et de déterminer si elle aura un effet sur les ventes de tabac. Il est évident qu'elle en aura un. Merci beaucoup.

[Texte]

La présidente suppléante (Mme Picard): Je vous remercie pour votre exposé et votre disponibilité à répondre à nos questions. Merci.

M. Culbert: Merci, madame la présidente.

La présidente suppléante (Mme Picard): Nous recevons maintenant le docteur Ron Stewart, le ministre de la Santé pour la Nouvelle-Écosse. Bienvenue.

L'honorable Ron Stewart (ministre de la Santé pour la Nouvelle-Écosse): Merci, madame la présidente

and hon. members of the committee. I am delighted to be here this morning to speak to you on what I believe is an essential element of our continuing war against a most lethal product, as you have heard from many members.

I would first like to take a few minutes to describe the background I come from in terms of my province. I'm representing the citizens of Nova Scotia, and in a sense responsible for the health of 900,000 people. We in our province have a smoking rate that is higher than the Canadian average. Indeed, it is alarming in the extreme, particularly when one considers that 25% of 15-year-old girls in Nova Scotia smoke and in some parts of our province 40% of pregnant teenagers smoke.

I believe that despite all you have heard from those of us who consider ourselves here in the interests of health and those who are here in the interests of industry, we need to come back to first principles. The first principle is that we are discussing the advertising and sale of a lethal product.

The second principle is this lethal product is addictive, and the third principle is this addiction occurs in youth. As I'm sure you have heard, very few adults take up this addiction.

We have seen in surveys of our province, for example, that only 10% of adults who smoke do so after the age of 19. We have a major health problem in Nova Scotia—1,400 people in Nova Scotia die each year of smoking-related diseases.

Some of you may know I have a particular interest in this area. I claim no light from heaven on this. I claim no particular expertise except to say I have spent my medical career and certainly my political career in terms of health, public health and the effects we see daily on the health of Nova Scotians from this lethal addiction.

[Traduction]

The Acting Chair (Mrs. Picard): Thank you for your submission and for your willingness to answer our questions. Thank you.

Mr. Culbert: Thank you, Madam Chair.

The Acting Chair (Mrs. Picard): We now welcome Dr Ron Stewart, Nova Scotia Minister of Health. Welcome.

The Hon. Ron Stewart (Nova Scotia Minister of Health): Thank you, Madam Chair,

et membres du comité. Je suis heureux d'être venu vous parler ce matin de ce que je considère comme un aspect essentiel de notre lutte constante contre un produit des plus mortels, comme beaucoup de gens vous l'ont déjà dit.

Je vais d'abord prendre quelques minutes pour vous décrire la situation en Nouvelle-Écosse, dont je représente la population. Je suis en un certain sens chargé de la santé de 900 000 personnes. Le taux de tabagisme en Nouvelle-Écosse est supérieur à la moyenne nationale. En fait, il est extrêmement inquiétant, étant donné surtout que 25 p. 100 des jeunes filles de 15 ans et, dans certaines régions de la province, 40 p. 100 des adolescentes enceintes fument.

Malgré tout ce que vous avez entendu dire par ceux d'entre nous qui estiment oeuvrer dans les intérêts de la santé et ceux qui défendent ici les intérêts de l'industrie, il faut revenir aux principes de base: tout d'abord, il est question de la publicité et de la vente d'un produit mortel.

Deuxièmement, ce produit mortel est toxicomanogène et, troisièmement, les jeunes s'y accoutument. Comme vous l'avez entendu, j'en suis sûr, très peu d'adultes commencent à fumer.

Les sondages effectués en Nouvelle-Écosse ont révélé par exemple que 10 p. 100 seulement des adultes qui fument ont commencé après 19 ans. Nous avons un sérieux problème de santé en Nouvelle-Écosse—la province perd 1 400 personnes par année des suites de maladies liées au tabagisme.

Certains d'entre vous savent peut-être que je m'intéresse particulièrement à cette question. Je ne prétends pas avoir la science infuse ni une compétence particulière en la matière. Je veux dire simplement que j'ai passé ma carrière en médecine et certainement ma carrière en politique dans les domaines de la santé et de l'hygiène publique, à constater tous les jours les effets de cette accoutumance mortelle sur la santé de la population de la Nouvelle-Écosse.

• 0915

One other first principle I might suggest is that we are subject in this country, and particularly in my province, to repetitive advertising, repetitive attempts by the tobacco industry to ensnare our youth into addiction. This is purely and simply something that I, as the health minister, cannot sit idly by and watch happen.

We have heard, and this committee has heard perhaps more than even myself, that advertising is brand directed. The tobacco industry would have us believe, despite overwhelming evidence, that advertising is purely and simply to change brands, that it is not directed at youth whatsoever. We have seen the obscenity of six major American executive directors of the tobacco industry saying that they would not want children to smoke. This is nonsense.

Il y a autre principe de base que je veux mentionner: le Canada et la Nouvelle-Écosse en particulier sont la cible de messages publicitaires et d'efforts répétitifs de l'industrie du tabac qui veut accoutumer nos jeunes. Comme ministre de la Santé, je ne peux vraiment laisser faire sans agir.

Le comité a entendu, probablement plus souvent que moi, que la publicité est axée sur les marques. Malgré des preuves écrasantes, l'industrie du tabac veut nous faire croire que la publicité vise purement et simplement à faire changer les fumeurs de marque et non à attirer les jeunes. Nous avons vu l'intervention obscène de six directeurs généraux de grandes organisations américaines de l'industrie du tabac affirmer qu'ils ne veulent pas que les enfants fument. C'est ridicule.

[Text]

Advertising, as has been suggested even here this morning, may indeed be subtle, but it is pervasive. We must not be led astray by other arguments in terms of what is at the root of the discussions, not only in this committee but indeed in our own province.

As a minister of health responsible for approximately 900,000 people, I am here to convey the message that our province wishes every attempt to be made to do something about the ensnaring of youth into a lifelong addiction that in many cases will end their lives.

On the one hand one can be accused of being emotional and being rather unscientific in one's presentation or one's dedication to seeing this public health problem attacked with some vigour. I don't shy away from that. I don't apologize for the fact that I am indeed fervent in my hope that we shall do in this country more than we have done, because I see daily the costs of this addiction. I see daily the effect of advertising, of the messages that are conveyed, both subtly and otherwise, from the tobacco interests.

I see the manipulation, the skirting of the spirit of the law, as in the front companies that are selling tobacco through sporting activities, through fashion shows, through other methods that in any other group of corporate citizens would be outrightly condemned.

As some of you might know, throughout my previous life I wore another hat, as an emergency physician. It was my responsibility to do my best, as some around this table, to save lives and to mitigate disease. From that experience of seeing daily the ravages of tobacco addiction, I can tell you that there's no such thing as a safe cigarette.

Therefore, we come back to the first principle of whether or not we can continue to permit the packaging, and glamorization allowed through packaging, of a lethal product. To me, that is the key issue here.

I also live with the recognition that children in my province take up this addiction at an average age of 12. So I, as minister, cannot stand by and see this happen without actively and forthrightly and with some vigour addressing this problem.

I'm here to urge you to address this problem in a real way, to do your part and to make decisions that will reduce the likelihood so that, if subtle advertising and enticement do not become things of the past in this country, at least we will be making progress towards the reduction of enticements to youth.

Today I'm here to say and to urge you to consider that we can no longer allow tobacco interests and tobacco companies to get away with methods of intimidation and enticement that we have too long allowed to happen. In our province the costs of tobacco addiction are in the millions and millions of dollars per year.

• 0920

In addition, one must consider the human cost. In Nova Scotia, for example, no longer in women is breast cancer the leading killer in the neoplasms or cancer diseases. It is lung cancer. That is in keeping with most of the statistics you would read from the rest of Canada.

[Translation]

Comme on l'a laissé entendre même ici ce matin, la publicité peut effectivement être subtile, mais elle est omniprésente. Il ne faut pas nous laisser distraire par d'autres arguments quant à l'origine des discussions, non seulement au comité, mais même dans notre propre province.

Comme ministre de la Santé chargé d'environ 900 000 personnes, je suis venu vous dire que la Nouvelle-Écosse souhaite que l'on fasse tous les efforts possibles pour lutter contre l'asservissement des jeunes à une accoutumance permanente qui coûtera la vie à un grand nombre d'entre eux.

D'une part, on pourra m'accuser de céder à l'émotivité et de manquer de rigueur scientifique dans mon exposé ou dans ma détermination de voir à ce qu'on s'attaque énergiquement à ce problème de santé publique. Ça ne me fait pas peur. Je ne m'excuse pas d'espérer ardemment que le Canada fera beaucoup plus qu'il ne l'a déjà fait, parce que je constate chaque jour les coûts de cette toxicomanie, l'effet de la publicité, des messages véhiculés, subtilement ou non, par les intérêts de l'industrie du tabac.

Je vois la manipulation, le contournement de l'esprit de la loi, comme le font les entreprises prête-nom qui vendent du tabac en commanditant des activités sportives ou des défilés de mode, ou en recourant à d'autres moyens que l'on condamnerait clairement dans un autre secteur d'activité.

Comme certains d'entre vous le savent peut-être, au cours de ma carrière précédente, j'ai travaillé comme urgentiste. Je devais faire tout possible, comme le font certains d'entre vous, pour sauver des vies et lutter contre la maladie. Cette expérience quotidienne des ravages du tabagisme me permet de vous dire qu'une cigarette sans danger, ça n'existe pas.

Nous revenons donc au premier principe: il faut déterminer si nous pouvons continuer à permettre l'emballage d'un produit mortel et à le laisser populariser par l'emballage. Pour moi, c'est la question clé.

Je sais aussi que les enfants de ma province commencent à fumer à l'âge de 12 ans en moyenne. Comme ministre, je ne peux donc laisser faire cela sans m'attaquer activement, directement et énergiquement à ce problème.

Je suis venu vous exhorter à vous attaquer vraiment au problème, à faire votre part et à prendre des décisions qui réduiront le risque de commencer à fumer afin que si la publicité et l'incitation subtile ne deviennent pas chose du passé au Canada, nous puissions au moins réaliser des progrès afin de réduire les incitations à l'intention des jeunes.

Aujourd'hui, je suis venu vous exhorter à réfléchir au fait que nous ne pouvons plus laisser l'industrie du tabac et ses intérêts utiliser des méthodes d'intimidation et d'incitation que nous avons laissé courir pendant trop longtemps. Le tabagisme coûte des millions de dollars par année à la Nouvelle-Écosse.

Il faut tenir compte aussi du coût humain. En Nouvelle-Écosse, par exemple, le cancer du sein n'est plus la principale cause de décès chez les femmes victimes de néoplasmes ou de maladies liées au cancer: c'est le cancer du poumon. Ces résultats sont conformes à la plupart des statistiques sur le reste du Canada.

[Texte]

We hear around this table and we hear from some of your witnesses that this really is an issue that has to do with industry, the rights of industry to trademark. These are specious. These are out of the mainstream of the arguments and they need to be identified as such.

I dare say, 60 years ago you might be sitting around the table hearing from spittoon manufacturers that they are going broke and that they will go out of business because spitting in public was to be prohibited, as the law did during those days of tuberculosis.

We need to recognize arguments that are self-serving, that ignore the public good. I would suggest that you have that great burden to do that.

We see in addition efforts on every front to block even the consideration of this issue of plain packaging. While on the one hand there is the argument that plain packaging will not work, we have vigorous efforts to prevent it. Is there not some contradiction in this?

Certainly one would never guess from the marketing jargon used by tobacco companies that colours and logos and so on do not deliberately target particular groups, and by particular groups one would have to cite youth and women. It is no accident that colours and logos and mottoes are chosen directly to influence adolescents and even younger people. The message that women have "come a long way, baby", speaks of course to the very worthy goals of the women's movement and twists it so that freedom is not a question here but rather enslavement due to addiction.

We need not go far to recognize that show jumping and fashion shows are not directed toward elderly adults. They are directed toward the glamorization of smoking in the front companies that provide these funds and these events. Would anyone for a moment think that a fashion show is not enticing to very young women and girls? I think not. Would anyone think that racing and race cars decorated with decals readily identified with smoking and tobacco would not be enticing to young boys? I think not.

The long and short of the first principles that I have alluded to is the fact that tobacco companies and their henchmen readily recognize they are selling lethal products and need marketing, advertising and very subtle messages in order to convey the acceptability, social and otherwise, of doing this. They have to engender new smokers. They have to entice youth to take up the addiction before the age of 19. This is pure and simple fact. It has been backed in the scientific literature.

On the issue of plain packaging, we have gone a long way in this country. In fact, we have led the world in many respects to demonstrate that we are a country that values public health above particular interests and interest groups. The ban on advertising in the public media has gone a long way. The influence of the Tobacco Products Control Act in 1989 is clear from statistics. We have heard from the tobacco companies that a decline in smoking has not occurred in Canada any greater

[Traduction]

Des témoins ont affirmé que la question a trait en réalité au droit pour l'industrie d'utiliser une marque de commerce. On l'a répété aussi autour de cette table. Ces arguments sortent du courant général et il faut le dire.

Il y a 60 ans, vous vous seriez retrouvés autour de cette même table à entendre des fabricants de crachoirs dire qu'ils devront fermer leurs portes parce qu'on veut interdire de cracher en public, comme on l'a fait à l'époque de la tuberculose.

Il faut reconnaître les arguments intéressés qui ne tiennent pas compte du bien public. Vous avez un fardeau énorme à assumer à cet égard.

Nous sommes aussi témoins d'efforts tous azimuts qui visent à empêcher même qu'on étudie la question de la banalisation. On prétend peut-être, d'une part, que les emballages génériques ne donneront pas de résultats, mais on ne ménage pas les efforts pour lutter contre la banalisation. N'est-ce pas contradictoire jusqu'à un certain point?

À entendre le jargon marketing des fabricants de tabac, on ne devinerait jamais que les couleurs et les logos ne visent pas délibérément certains groupes en particulier, et notamment les jeunes et les femmes. Ce n'est pas par hasard que les couleurs, les logos et les devises cherchent directement à influencer les adolescents et même les préadolescents. Le message selon lequel les femmes ont «fait beaucoup de chemin» est lié bien sûr aux buts très valables du mouvement des femmes, qu'il déforme de telle façon que ce n'est pas la liberté qui est mise en question, mais plutôt l'esclavage de la toxicomanie.

Il n'est pas nécessaire d'aller bien loin pour démontrer que les sauts d'obstacles et les défilés de mode ne visent pas les aînés, mais cherchent plutôt à populariser le tabagisme par l'entremise des sociétés prête-nom qui commanditent ces activités. Y a-t-il quelqu'un qui croira un instant seulement qu'un défilé de mode n'attire pas les très jeunes femmes et filles? Sûrement pas. Y a-t-il quelqu'un qui croira que les courses d'automobiles et les véhicules bardés de décalcomanies qui permettent d'identifier facilement le tabagisme et des produits du tabac n'attirent pas les jeunes garçons? Sûrement pas.

Pour résumer les principes de base auxquels j'ai fait allusion, il ne faut pas oublier que les sociétés de tabac et leurs valets reconnaissent facilement vendre des produits mortels et avoir besoin du marketing, de la publicité et de messages très subtils pour véhiculer l'acceptabilité, sociale et autre, du tabagisme. Ils doivent créer de nouveaux fumeurs et inciter les jeunes à commencer à fumer avant d'avoir 19 ans. C'est un fait pur et simple qu'ont prouvé les publications scientifiques.

Le Canada a fait beaucoup de chemin en ce qui concerne la banalisation. Nous avons en fait joué un rôle de chef de file mondial à de nombreux égards afin de prouver que nous accordons plus de valeur à la santé publique qu'aux intérêts particuliers et aux groupes d'intérêt. L'interdiction de la publicité dans les médias publics a donné d'excellents résultats. Les statistiques révèlent clairement l'impact qu'a eu la Loi de 1989 réglementant les produits du tabac. Nous avons entendu

[Text]

than in the United States. This is nonsense. If you look at the effect in 1989 of that law, you can see from statistics provided by the very companies that are ignoring them that smoking has declined.

[Translation]

les sociétés de tabac affirmer que la baisse du tabagisme n'a pas été plus marquée au Canada qu'aux États-Unis. C'est faux. Un coup d'œil sur l'effet de la loi de 1989 révèle que les statistiques fournies par les sociétés mêmes qui n'en tiennent pas compte révèlent que le tabagisme a diminué.

• 0925

We have a problem in youth and that is the problem that I think plain packaging must address: the enticements in terms of young people and youth.

The final fortress, if you would, of tobacco advertising in this country is glamorous packaging and the sponsorship issue. We need to address both. We have in our province an intent to do this in whatever form we can. We will in some form reduce the enticements that both of these functions and both of these methods pose to young people.

The final fortress, however, is the packaging and glamorization through packaging. Billions of times a day the cigarette package conveys a message to youth. It is a message of glamour. It is a message that is certainly in keeping with enticing youth to consider smoking to be socially acceptable in a real way.

I am sure there is no need for me to reiterate and to repeat some of the very fine presentations you have heard. There is no need for me to rehash statistics. You are well aware of them, as has been demonstrated to me this morning.

The Nova Scotia experience would say that unless we take steps to deglamorize tobacco and paint it for what it is, we will continue to have this major public menace and problem with us for many, many years to come.

In our province we have taken aggressive steps to reduce the enticements to youth. We have raised the legal smoking age to 19. We have banned vending machines, which were readily accessible to youth. We have taken forceful steps to limit the number of cigarettes to at or above 20 per package, and we are aggressively pursuing the development of legislation that would positively address the hazards of environmental tobacco smoke.

My government believes that when something so blatantly affects the health of our population, in particular that portion of the population that represents all the best in our future, we cannot sit idly by and wait for the inevitable.

We hope and expect that other legislators will respond to the growing evidence of public support and the overwhelming scientific evidence that shows that more rigorous legislation is needed, not less. This is not a question of rights or of freedoms. The 12 or 13-year-old who is addicted to tobacco has no freedom and indeed has a future that is cloudy at best.

We believe that plain packaging for tobacco products is one of the viable means by which we can reduce enticement to youth.

In closing, may I say that there are six points to be made that clearly and significantly support and make the argument for the imperative that we as legislators are obliged to undertake.

First is the clear identification of this as a lethal product, pure and simple.

Il y a chez les jeunes un problème auquel la banalisation doit s'attaquer, soit celui des incitations à leur endroit.

Les emballages attrayants et la commandite sont les derniers retranchements, pour ainsi dire, de la publicité sur le tabac au Canada. Il faut nous attaquer aux deux problèmes. En Nouvelle-Écosse, nous avons l'intention de prendre tous les moyens possibles à cette fin. Nous trouverons un moyen de réduire les incitations que représentent pour les jeunes ces deux genres d'activité et ces deux moyens.

L'emballage et sa présentation de prestige constituent toutefois le dernier retranchement. Des milliards de fois par jour, un paquet de cigarette véhicule aux jeunes un message de prestige qui vise certainement à les inciter à considérer que le tabagisme est vraiment accepté par la société.

Je n'ai pas besoin de répéter certains des excellents exposés que vous avez entendus. Inutile de vous rabâcher des statistiques. Vous les connaissez très bien, comme on me l'a prouvé ce matin.

L'expérience de la Nouvelle-Écosse révèle que si nous ne faisons rien pour enlever son prestige au tabac et le décrire exactement pour ce qu'il est, ce grand danger public persistera pendant des années.

En Nouvelle-Écosse, nous avons réagi énergiquement pour réduire les incitations à l'intention des jeunes. Nous avons porté à 19 ans l'âge légal pour fumer. Nous avons interdit les distributrices, faciles d'accès pour les jeunes. Nous avons pris des mesures énergiques pour limiter le nombre de cigarettes à au moins 20 par paquet et nous ne ménageons pas les efforts afin de mettre en œuvre une mesure législative pour lutter contre les dangers causés par la fumée environnementale.

Mon gouvernement est d'avis que lorsque quelque chose affecte de façon aussi flagrante la santé de la population, et particulièrement du segment de la population qui représente le meilleur de notre avenir, nous ne pouvons rester sans rien faire à attendre l'inévitable.

Nous espérons et souhaitons que d'autres législateurs réagiront aux preuves croissantes d'appui du public et aux preuves scientifiques écrasantes qui démontrent que des mesures législatives plus rigoureuses s'imposent. Ce n'est pas une question de droits ou de libertés. L'enfant de 12 ou 13 ans qui fume n'a aucune liberté et son avenir est plutôt sombre, tout au plus.

La banalisation des produits du tabac est une façon viable d'en réduire l'attrait pour les jeunes.

En terminant, permettez-moi de dire qu'il y a six points qui appuient clairement et de façon significative les mesures qu'il est urgent que nous appliquions comme législateurs.

Il faut d'abord préciser clairement qu'il s'agit purement et simplement d'un produit mortel.

[Texte]

Second is plain packaging with regulated warnings and the provision of a risk message, whether inside the package in detail or outside, as has been legislated already.

Third, we believe that plain packaging would give added weight to health warnings.

Fourth, we believe that plain packs would remove conflicting messages conveyed to children by governments, educators and often parents.

Fifth, we believe that plain packs give strength and credibility to our public health control policies. We also believe that the impact of the mini–billboard, the cigarette package, would be eliminated and cigarette advertising would be reduced. The final fortress will have been gained.

• 0930

There is one other major aspect that plain packaging will affect, the potential to separate tobacco products from other legitimate products available for sale. There is a difference. Can any of us think of any other single product that, by its use alone, would guarantee death in a significant percentage of its users? I do not think so. By distinguishing tobacco as a hazardous product we demonstrate our desire to inform the public of the lethal nature of tobacco. This is a clear message. It is a message that must be delivered at every turn in every way. More than that it is a way that we can counter the billions of dollars spent by tobacco interests who advertise this lethal product.

We frequently feel we are fighting a major war with pop guns, not with real weapons. The time has come to act and stop this. It is time we had a more level playing field in this war.

Madam Chairman and members of the committee, I ask you not to shrink from this imperative. We do have evidence that plain packaging will reduce the enticement and reduce the numbers of cigarettes smoked and the numbers of smokers who take up the addiction. We have heard it here at this table in your questioning of even those who would suggest that plain packaging should not be an option. I suggest, Madam Chairman and hon. members of the committee, that the time has come for you to take a major step forward and do this for us and for our children.

Thank you very much indeed.

La présidente suppléante (Mme Picard): Monsieur de Savoye, avez-vous des questions?

M. de Savoye: Je n'ai qu'un commentaire à faire. D'abord monsieur Stewart, je tiens à vous remercier d'être venu nous parler en tant que ministre de la Santé d'une des provinces canadiennes. C'est un geste très significatif que vous avez posé ce matin. Les propos dont vous nous avez entretenus étaient extrêmement bien articulés et comprenaient certainement des éléments qui, pour moi en tout cas, mettent en lumière d'une façon différente certaines évidences qui avaient été présentées à ce Comité.

Je n'ai pas vraiment de question. Vous prêchez à un converti.

M. Stewart: Je vous en prie, monsieur.

[Traduction]

Il y a ensuite l'emballage générique portant des avertissements réglementés et un message sur le risque, détaillé à l'intérieur du paquet ou résumé à l'extérieur, ce que la loi prévoit déjà.

Troisièmement, la banalisation donnera plus de poids aux avertissements sur la santé.

Ensuite, les emballages génériques supprimeront les messages contradictoires transmis aux enfants par les gouvernements, les éducateurs et, souvent, les parents.

Cinquièmement, les emballages génériques donnent du poids et de la crédibilité à nos politiques publiques de contrôle de la santé. Nous croyons aussi qu'il faut supprimer l'impact qu'a ce mini–panneau réclame qu'est le paquet de cigarette et réduire la publicité sur les cigarettes. La dernière forteresse aura été conquise.

• 0930

L'emballage générique affectera un autre aspect important, soit la possibilité de distinguer les produits du tabac d'autres produits vendus légitimement. Il y a une différence. Y a-t-il un d'entre nous qui peut penser à un autre produit dont l'utilisation garantit à elle seule la mort à un pourcentage important de ses utilisateurs? Je ne pense pas. En considérant le tabac comme un produit dangereux, nous prouvons que nous voulons informer le public de la nature mortelle du tabac. C'est un message clair qu'il faut faire passer à la moindre chance, de toutes les façons possibles. C'est aussi une façon de contrer les milliards de dollars que consacre l'industrie du tabac à la publicité sur ce produit mortel.

Nous croyons souvent livrer une guerre d'envergure avec des jouets et non avec des armes véritables. Le moment est venu d'agir et de mettre fin au problème. Il est temps que les chances soient plus égales dans cette guerre.

Madame la présidente et membres du comité, je vous demande de ne pas fuir cette responsabilité. Nous avons des preuves qui indiquent que les emballages génériques réduiront l'incitation, le nombre de cigarettes fumées et le nombre de nouveaux fumeurs. Nous l'avons entendu ici autour de la table lorsque vous avez interrogé même ceux qui laissent entendre que les emballages génériques ne devraient pas constituer une option. Le moment est venu pour vous, madame la présidente et membres du comité, de faire un grand pas en avant et d'agir pour nous et pour nos enfants.

Merci beaucoup.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mr. de Savoye, you have questions?

Mr. de Savoye: I have only one comment. First of all, Mr. Stewart, I want to thank you for testifying as minister of Health of one of our Canadian provinces. You made a very significant presentations this morning. Your submission was extremely well articulated and definitely included elements which, as far as I am concerned at least, shed a different light on evidence already submitted to this committee.

I don't have any question really. You are preaching to a convert.

Mr. Stewart: Thank your, sir.

[Text]

La présidente suppléante (Mme Picard): Madame Ur.

Mrs. Ur (Lambton—Middlesex): Good morning, Dr. Stewart. I too thank you for your most sincere and most informative briefing.

As you stated several times through your briefing this morning, it is a lethal product. It is lethal, but it is a legal product. My concern is the whole issue. I realize we are here studying plain packaging, but we are dealing with a product that is still accepted within our boundaries.

The government has implemented some action, education, hopefully attacking the root of the problem, approaching the youth, the cost, the retail regulation, and the age at which cigarettes can be purchased. I feel that these avenues have been given a little bit of time, but maybe not enough time to really evaluate. I think these routes probably will be more effective than plain packaging.

The reason I say that is when the contraband issue was strong, people bought illegal cigarettes or started rolling their own. So did some young children. They did not care where they got that cigarette or how or what it was packaged in, much the same as marijuana or the other drugs. They do not come in fancy packages. If the desire is there and it is not for the package, it is there for the product. I think we should be putting more energies into the education part of this serious situation.

I am certainly not promoting smoking. I am looking at the real genuine concerns regarding this very serious issue with youth.

• 0935

Mr. Stewart: Madam, thank you very much. There are two issues that you raise—important issues, reasonable issues. It was really the second, but I would like to address it as the first because it is essential and it is at the base of what we are speaking.

You use the words “at the root” of smoking or of rolling their own, or whatever. The root of the use of this product is enticement by youth to take up an addiction. That is the root of it. That is the problem we are attacking here. That is done by conveying to that person, that young person, at the age of 9, 10 and 11 in Nova Scotia in many cases, that it is socially acceptable to do this, but more than that, it is indeed conveyed as being glamorous, as being the thing to do—and peer pressure, by the way, comes into this. We know from some of our surveys that peer pressure is very great. Peer pressure very much surrounds the package that you take from your pocket and show to your peer, your brother, your sister, your friend and so on. Brand loyalties, in terms of young people, are quite significant.

The root of this problem is the selling of an addiction that will likely reduce their lifespan. That is number one. If one says that one is against the addiction, then one must by logical extension be against the enticement to take up that addiction. My message to you all today is that we must decrease as much as possible the enticement to take up that addiction.

[Translation]

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mrs. Ur.

Mme Ur (Lambton—Middlesex): Bonjour, monsieur Stewart. Je vous remercie moi aussi de votre mémoire très sincère et informatif.

Comme vous l'avez dit à plusieurs reprises ce matin, nous parlons d'un produit mortel, mais légal. Ce qui m'intéresse, c'est l'ensemble de la question. Je sais que nous étudions ici l'emballage générique, mais il s'agit d'un produit qui est toujours accepté chez nous.

Le gouvernement a mis en oeuvre des mesures d'intervention et d'éducation afin de s'attaquer aux racines du problème, au coût, à la réglementation du commerce de détail, à l'âge légal pour acheter des cigarettes et de communiquer avec les jeunes. On a consacré un peu de temps à ces moyens d'intervention, mais peut-être pas assez pour les évaluer vraiment. Ils seront probablement plus efficaces que la banalisation.

Si je tiens ces propos, c'est parce qu'à l'époque où la contrebande battait son plein, les gens ont acheté des cigarettes illégales ou ont commencé à rouler leurs propres cigarettes. De jeunes enfants l'ont fait aussi. Ils se fichaient pas mal de l'origine de la cigarette ou de son emballage, comme on s'en fiche dans le cas de la marijuana ou d'autres drogues qui ne se vendent pas dans de beaux emballages attrayants. Si ce n'est pas l'emballage qui attire, c'est le produit. Il faudrait consacrer davantage d'énergie à l'éducation face à ce problème sérieux.

Je ne préconise certainement pas le tabagisme. Je pense plutôt aux préoccupations réelles et véritables que suscite ce problème très grave face aux jeunes.

M. Stewart: Merci beaucoup, madame. Vous soulevez deux questions importantes et raisonnables. La deuxième en réalité est plus importante, mais je veux y répondre comme si c'était la première parce qu'elle est essentielle et à la base de l'objet de notre débat.

Vous parlez de la cause profonde du tabagisme et de gens qui roulent leurs propres cigarettes. La cause profonde du tabagisme réside dans l'effort que l'on fait pour inciter les jeunes à céder à cette toxicomanie. Voilà la cause profonde du problème auquel nous nous attaquons ici. On incite les jeunes de neuf, dix et onze ans, en Nouvelle-Écosse dans nombre de cas, à croire que le tabagisme est acceptable sur le plan social mais, encore plus, on essaie de leur faire croire que c'est prestigieux, ou que c'est la chose à faire—and les pressions des pairs jouent aussi, en passant. Certains de nos sondages ont révélé que la pression des pairs est très forte et très présente lorsqu'on prend un paquet dans sa poche pour le montrer à son père, son frère, sa soeur, un ami. La fidélité aux marques est très importante chez les jeunes.

La cause profonde du problème réside dans la vente d'une toxicomanie qui raccourcira probablement la vie des fumeurs. Voilà la principale cause. Lorsqu'on se prononce contre la toxicomanie, il est alors logique de se prononcer contre ce qui incite à fumer. Ce que je veux vous dire à tous aujourd'hui, c'est qu'il faut réduire dans la mesure du possible l'incitation à cette toxicomanie.

[Texte]

The second point you made, which is really your first, but I'll take it as second, was that this is a lethal product. That's true. I have no comment on that, except to say that we do not live in an ideal world. One of our witnesses said that this morning. That is quite right. Canada is close to ideal but not ideal. We don't have an ideal world in which we can say that we will ban this product, because we know that bans don't work. This is an addictive substance. You can ban everything you want, but if it's an addiction people, will do many things to satisfy the addiction.

However, we have plenty of legal products that are dangerous that government has legislated warnings and restricted. Take insecticides. We have significant regulations in terms of pesticides—which are, by the way, in tobacco nonetheless—that say this is a dangerous product; you must handle it in such and such a way. We have legislated the control of explosives, but we are not losing 35,000 lives due to explosives in this country every year.

There is precedent to say that the restrictions and the regulations will be in keeping with the danger to the public health. That's all I am asking. If we recognize that the product we're discussing kills 35,000, and additional people who don't even smoke by passive smoking or environmental tobacco smoke, if we recognize that as a fact then we will say that the restrictions to the sale and advertising of this product will be in keeping with its lethal nature.

Mrs. Ur: Do you not feel that, using a little psychology here, maybe the more we legislate and the more we as adults express our viewpoints and thoughts towards youth that you are not to do this, the more we are driving them to do this? If you say don't do it, that is just what they're going to do. I am not saying go out and say that cigarettes are the greatest things since sliced bread—

An hon. member: Good, because I don't want you to say that.

Mrs. Ur: On the other hand, do you not see youth kind of rebelling in that fashion? All these government bureaucrats and health people are saying it's not good; well, I challenge that, I'm going to smoke. I have heard that attitude as well.

Mr. Stewart: Of course. Madam, if I might, that's always a danger in anything we do in terms of youth. For example, even the wording of signs in stores to advise people that you will not sell to under... If you come in and say we only sell tobacco to big, strong adults over 19, you can imagine the effect that would have. Even the wording, which is, by the way, some of the suggested wording we have from some of the tobacco interests, is clearly the way we approach this.

[Traduction]

Le deuxième point que vous faites valoir, qui est en réalité votre premier, mais auquel je répondrai en second lieu, c'est qu'il s'agit d'un produit mortel. C'est vrai. Je n'ai rien à ajouter là-dessus, sauf pour dire que nous ne vivons pas dans un monde idéal. Un de nos témoins l'a dit ce matin et c'est tout à fait vrai. Le Canada se rapproche de l'idéal, mais n'y est pas tout à fait. Nous ne vivons pas dans un monde idéal où nous pouvons dire que nous interdirions un produit en particulier, parce que nous savons que les interdictions ne donnent rien. Il s'agit d'une substance toxicomano-gène. On peut interdire tout ce qu'on voudra, mais les gens feront beaucoup de choses pour satisfaire une toxicomanie.

Or, il y a beaucoup de produits légaux dangereux à l'égard desquels le gouvernement a imposé des avertissements et des restrictions. Prenez les insecticides, par exemple. Les pesticides—que l'on retrouve néanmoins dans le tabac, en passant—sont assujettis à de sévères réglementations qui précisent qu'il s'agit d'un produit dangereux qu'il faut traiter de certaines façons. Nous avons légiférés sur le contrôle des explosifs, qui ne causent toutefois pas 35 000 morts par année au Canada.

Des précédents permettent d'affirmer que les restrictions et les réglementations seront proportionnelles au danger pour la santé publique. C'est tout ce que je demande. Si nous reconnaissons que le produit qui fait l'objet de nos débats tue 35 000 personnes, ainsi que des non-fumeurs à cause de la fumée passive ou environnementale, nous pourrons alors dire que les restrictions relatives à la vente du produit et à la publicité qui le concerne seront conformes à sa nature mortelle.

Mme Ur: Si l'on fait un peu de psychologie ici, ne croyez-vous pas que plus nous légiférons et plus nous exprimons notre point de vue d'adultes en imposant une conduite aux jeunes, plus nous les incitons à faire le contraire? Lorsqu'on dit à jeune de ne pas faire quelque chose, c'est exactement ce qu'il cherche à faire. Je ne veux pas dire qu'il faut affirmer que les cigarettes sont ce qu'il y a de mieux depuis le pain tranché...

Une voix: Très bien, parce que je ne veux pas que vous le disiez.

Mme Ur: Par ailleurs, ne croyez-vous pas que les jeunes se révoltent ainsi? Tous les fonctionnaires et les intervenants du secteur de la santé leur disent que le tabagisme est mauvais. En signe de contestation, les jeunes fument. J'ai entendu parler de cette attitude aussi.

M. Stewart: Bien sûr. Si vous me permettez, madame, c'est un danger omniprésent dans tout ce que nous faisons face aux jeunes. Par exemple, même le texte des affiches dans les magasins qui indiquent qu'on ne vendra pas aux jeunes de moins de... Si vous dites que nous ne vendons de produits du tabac qu'à de grands adultes solides de plus de 19 ans, vous pouvez imaginer l'effet que cela aura. Même le texte qui, soit dit en passant, nous est suggéré en partie par certains intérêts de l'industrie du tabac, est manifestement notre façon d'aborder le problème.

[Text]

[Translation]

• 0940

We are not saying by plain packaging to smoke or not to smoke. We are saying that here is a product in a brown paper package or whatever that has a serious health effect; it will kill you if used as directed, or at least will reduce your lifespan. That is what we are saying and that is the way it will be in this country. It is not saying specifically that you must not do this because adults do it, but will convey it through adult smoking patterns.

If a parent takes a glamorous-looking package from his or her pocket and puts it on the table, what message does that convey to our children? It conveys acceptability. It conveys societal approval. A relatively plain package with health warnings on it says that this is a problem; this is a product that is dangerous and about which we must be careful. We also must recognize that if we do not use plain packaging for this lethal substance, we are conveying a message as well. That message is that it is fine to do.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Thank you, Dr. Stewart, for the eloquent and persuasive points you made. It is one of the best presentations I have heard since being on this committee on plain packaging.

There is a critical point we have to make here. The enticement and use—is it for tobacco or is it for Craven "A"s or Camels? I would like your opinion.

Mr. Stewart: Our surveys are fairly good, although they are not done scientifically in many respects. In our surveys the first introduction of youth to tobacco addiction is without reference to brand names, per se. However, the climate we produce in our society, in our school yards, in our homes, very much influences that choice. Therefore, the actual choice, I would suggest, is not a function of brand names, per se. Toward mid adolescence, particularly in men—and now we are seeing it in 15-year-old girls whom we have studied more closely—we are seeing some brand loyalties develop. However, if those brands are not available the children will go to whatever is available, there is no question about that, and this refers back to addiction. In essence, it is the ability of the child to first of all see that this is a tobacco product. You need to be able to identify that on the package, but brand loyalties develop toward mid adolescence.

Mr. Martin: If I am hearing you correctly, the point in time by which the child is addicted is before the point in time when they decide to pick Craven "A"s, Export "A"s or Camels.

Mr. Stewart: In all forthrightness, that is not known specifically. For example, as human beings we have different tolerances to different addictions. We do know however that tobacco addiction is relatively rapid in its hold upon the individual. We know there are individual variations. It is suggested, for example, that there are some people who can become addicted to tobacco and can become unaddicted, if you will, more easily than other people. There are people who cannot possibly—

Mr. Martin: To clarify this point, at the time when the children are being addicted in the 13 to 15-year-old age group, it is before they decide to become brand loyal, if you will.

Lorsqu'on parle d'emballage générique, on ne parle pas de tabagisme. On dit plutôt qu'il s'agit d'un produit présenté dans un emballage en papier brun, par exemple, qui a de graves effets sur la santé et qui, utilisé comme prévu, tue ses utilisateurs ou en raccourcit du moins la vie. Voilà ce que nous disons et c'est ainsi que ça va se passer au Canada. Il ne s'agit pas de dire aux jeunes qu'ils ne doivent pas fumer parce que les adultes le font: il faut plutôt leur faire comprendre par l'exemple des tendances du tabagisme chez les adultes.

Lorsqu'un parent tire de sa poche un paquet de cigarettes attrayant et le dépose sur la table, quel message transmet-il à nos enfants? Un message d'acceptabilité, d'approbation par la société. Un paquet relativement neutre portant des avertissements sur la santé indique qu'il s'agit d'un problème, d'un produit dangereux qu'il faut utiliser avec prudence. Il faut aussi reconnaître que si nous n'emballons pas cette substance mortelle dans un emballage neutre, nous faisons aussi passer un message, soit que fumer, c'est bien.

Mr. Martin (Esquimalt—Juan de Fuca): Merci, docteur Stewart, de votre intervention éloquente et persuasive. C'est un des meilleurs exposés que j'ai entendus depuis que je suis membre du comité chargé d'étudier la banalisation.

Il y a un point crucial qu'il faut faire valoir ici. Je veux parler de l'incitation et de l'utilisation: l'incitation vise-t-elle le tabac, ou bien les Craven «A» ou les Camels? Qu'en pensez-vous?

Mr. Stewart: Même s'ils ne sont pas scientifiques à de nombreux égards, nos sondages sont assez solides et indiquent que l'initiation des jeunes au tabagisme n'a rien à voir avec les marques comme telles. Or, le climat que nous établissons dans la société, dans les cours d'école et à la maison influence énormément ce choix. J'estime donc que le choix réel n'est pas lié aux marques. Vers le milieu de l'adolescence, on constate l'apparition de la fidélité à une marque particulièrement chez les hommes—phénomène qui fait maintenant son apparition chez les jeunes filles de 15 ans et que nous étudions de plus près. Or, si les marques en question ne sont pas disponibles, les enfants utiliseront sûrement tout ce qui est disponible, ce qui nous ramène à la toxicomanie. Il s'agit essentiellement de la capacité de l'enfant de voir tout d'abord que c'est un produit du tabac. Il faut pouvoir le voir sur le paquet, mais la fidélité à une marque commence à se manifester vers le milieu de l'adolescence.

Mr. Martin: Si je comprends bien, l'enfant devient fumeur avant de choisir des Craven «A», des Export «A» ou des Camels.

Mr. Stewart: Franchement, on ne sait pas trop. Les êtres humains ont, par exemple, des tolérances différentes à des toxicomanies différentes. Nous savons toutefois que l'individu cède assez rapidement au tabagisme. Il y a des variations selon les individus. On croit par exemple que certains fumeurs peuvent décrocher, pour ainsi dire, plus facilement que d'autres. Il y a des gens qui sont absolument incapables...

Mr. Martin: Pour clarifier la question, lorsque les enfants de 13 à 15 ans commencent à fumer régulièrement, c'est avant de devenir fidèles à une marque.

[Texte]

Mr. Stewart: Yes, it takes some years.

Mr. Martin: That's good. If I may just ask one quick question, you mentioned you had evidence showing that plain packaging decreases consumption. If you could submit that before you leave or at least provide that for us at some time, that would be great.

Mr. Stewart: My references are to some of the evidence that has already been presented, but it speaks to the ability of the packaging to convey a certain societal message and a climate of acceptance.

• 0945

Ms Fry: I am sorry, but my questions have already been asked.

I want to congratulate Dr. Stewart on what was perhaps the finest presentation we have heard here today.

I want to comment on a couple of things you said, which I think are important and we have not heard before. That is, although this is a public health issue dealing with a lethal drug and manufacturing and job losses, as you suggested with tuberculosis, are not factors when we consider the greater public good, those are the things one has to weigh.

That was a very important point you made. Thank you very much.

La présidente suppléante (Mme Picard): Au nom des membres de ce Comité, j'aimerais remercier l'honorable ministre de la Santé de la Nouvelle-Écosse pour ce témoignage aussi convaincant qu'éloquent, et pour s'être déplacé afin de venir témoigner ici. Merci.

Mr. Stewart: Je vous en prie, madame. Merci beaucoup.

La présidente suppléante (Mme Picard): On va prendre une petite pose d'une minute.

• 0946

• 0946

La présidente suppléante (Mme Picard): J'aimerais souhaiter la bienvenue à M. Luc Dumoulong, vice-président exécutif de l'Association nationale des distributeurs de tabac et de la confiserie. Je vous laisse nous présenter les gens qui vous accompagnent.

Mr. Luc Dumulong (Executive Vice-President, National Association of Tobacco and Confectionery Distributors): Merci. First of all, I would like to thank the committee for giving us the opportunity to express our views on plain packaging on tobacco products. Without further ado, we will proceed with the introductions.

Mr. Mark Tobenstein (President, National Association of Tobacco and Confectionery Distributors): My name is Mark Tobenstein. I am the president of the NATCD and I have a wholesale business in Montreal. I have been in this business 25 years. I am in a family business that was started by my grandfather about 75 years ago.

[Traduction]

M. Stewart: Oui, cela prend quelques années.

M. Martin: Très bien. Une question rapide. Vous avez dit que vous aviez des preuves selon lesquelles l'emballage neutre réduit la consommation. Si vous pouviez nous les présenter avant de partir ou, du moins, nous les faire parvenir à un moment donné, ce serait excellent.

M. Stewart: J'ai parlé de preuves que l'on a déjà présentées mais qui portent sur la capacité de l'emballage de véhiculer un message social et d'indiquer un climat d'acceptation.

• 0945

Mme Fry: Désolée, mais on a déjà posé mes questions.

Je félicite le Dr Stewart de nous avoir présenté aujourd'hui peut-être un des meilleurs exposés que nous avons entendus.

J'ai des commentaires sur certaines choses que vous avez dites, que j'estime importantes et que nous n'avions pas encore entendues. Même s'il s'agit d'une question de santé publique liée à une drogue mortelle, à la fabrication et à la perte d'emplois, comme vous l'avez laissé entendre au sujet de la tuberculose, ces facteurs ne jouent pas lorsqu'on envisage le plus grand bien du public. Il faut pondérer ces facteurs.

Vous avez fait valoir un point très important. Merci beaucoup.*he

The Acting Chair (Mrs. Picard): On behalf of the members of this committee, I would like to thank the honourable minister of Health of Nova Scotia for his convincing and meaningful testimony and for having come here to testify. Thank you.

Mr. Stewart: Thank you very much, Madam Chair.

The Acting Chair (Mrs. Picard): We will take a one minute break.

• 0946

• 0952

The Acting Chair (Mrs. Picard): I would like to welcome Mr. Luc Dumulong, executive vice-president of the National Association of Tobacco and Confectionery Distributors. I will let you introduce the people who are with you.

M. Luc Dumulong (vice-président directeur, Association nationale des distributeurs de tabac et de la confiserie): Merci. Je remercie tout d'abord le comité de nous avoir donné la chance de nous exprimer sur la banalisation des produits du tabac. Sans autre préambule, nous allons passer aux présentations.

M. Mark Tobenstein (président, Association nationale des distributeurs de tabac et de la confiserie): Je suis Mark Tobenstein, président de l'ANDTC et je suis grossiste à Montréal depuis 25 ans. Notre entreprise familiale a été lancée par mon grand-père il y a environ 75 ans.

[Text]

M. Richard Guindon (directeur, A.C. Limoges Inc.): Bonjour, mon nom est Richard Guindon, je suis un distributeur aussi membre de ANDTC, à Montréal. Nous sommes en affaires depuis 39 ans maintenant.

La présidente suppléante (Mme Picard): Nous avons reçu votre mémoire, et comme la plupart d'entre nous l'avons lu, peut-être pourriez-vous nous faire un bref exposé. Cela nous permettra de vous poser le plus possible de questions.

M. Dumulong: Très bien. Pour le bénéfice de tous les membres du Comité, je pense que je vais faire une partie en français et une partie en anglais. Ce n'était pas vraiment ce que j'avais prévu, mais je vais faire de mon mieux.

To start with we have to fully understand the impact plain packaging would have on our businesses and in Canada in general. We have to take a brief overview of the contraband situation that has been going on now in Canada over the past several years.

Everybody was paying dearly for that, governments, businesses, smokers and non-smokers alike, taxpayers, everyone. Jobs were lost; people were shot at. There was rampant criminality and social acceptability of illegal behaviour on the part of everybody. There was recruitment by organized crime of minors to sell tobacco products in the school yards. They were selling to the teachers, to their parents. Young kids were earning \$3,000 a week and driving BMWs at 17 years old.

That was the kind of society we were living in just a few months ago, before the announcement of the significant tax reduction. Those social ills that were created by the overtaxation policy, which did not consider our North American tax structure and our proximity to the United States, made this problem very severe, to a point where we had to slash taxes to a great extent in order to harmonize taxation levels with the United States. We have heard many times about taxation in Europe, which was about the same as in Canada before the tax reduction, but the thing is that we're not in Europe.

We, as wholesalers—because we represent wholesalers—and our clients, the retailers, have been targeted by smugglers and by criminals, and many times we have been prime targets of criminal acts. Every week one of our members would be hit or kidnapped. There were hijackings. My two colleagues here can be witnesses to that and can testify on it.

Mr. Tobenstein: One of my managers was taken hostage about three years ago and was forced to open up the warehouse after closing hours, and they just about cleaned it out. He was held in a van outside with an oil-rag on his back and they told him that if he moved they would set him on fire.

Another time, just recently, on January 10, we had an armed robbery at our place of business at 2:30 in the afternoon. Two men came in with sawed-off shotguns, held us all back, and took merchandise out through the front door. The police came maybe 20 minutes later.

[Translation]

Mr. Richard Guindon (director, A.C. Limoges Inc.): Good morning, my name is Richard Guindon and I am a distributor and member of the NATCD, in Montreal. We have been in business for 39 years now.

The Acting Chair (Mrs. Picard): We have received your submission and since most of us have read it, you might make a short statement. This will allow us to put as many questions as possible to you.

Mr. Dumulong: Very well. For the benefit of all members of this committee, I think I will make part of my statement in French and part of it in English. That is not really what I had in mind, but I will do my best.

Pour commencer, il faut bien comprendre les répercussions que l'emballage générique aurait sur nos entreprises et sur le Canada en général. Il faut faire un bref survol de la contrebande qui sévit au Canada depuis quelques années.

La situation a coûté cher à tout le monde: gouvernements, entreprises, fumeurs et non-fumeurs, contribuables, tout le monde. On a perdu des emplois, des gens se sont fait tirer dessus. La criminalité régnait et la société acceptait que tout le monde agisse illégalement. Des éléments du crime organisé ont recruté des mineurs pour vendre des produits du tabac dans les cours d'école. Ils vendaient aux enseignants, à leurs parents. Des jeunes se faisaient 3 000\$ par semaine et conduisaient des BMW à 17 ans.

Voilà le genre de société où nous vivions il y a quelques mois à peine, avant que le gouvernement annonce l'importante réduction des taxes. Ces malaises sociaux causés par la politique de surtaxation, qui n'a pas tenu compte de la structure fiscale nord-américaine ni de la proximité des États-Unis, ont tellement aggravé le problème qu'il a fallu sabrer dans les taxes afin de les aligner sur celles des États-Unis. Nous avons souvent entendu parler des taxes en Europe, qui étaient à peu près les mêmes qu'au Canada avant la réduction, mais il reste que nous ne vivons pas en Europe.

• 0955

Les grossistes—parce que nous représentons les grossistes—and nos clients, les détaillants, ont été à maintes reprises la cible de choix des contrebandiers et des criminels. Toutes les semaines, un de nos membres a été victime d'un cambriolage ou d'un enlèvement. Il y a eu des détournements. Mes deux collègues ici peuvent en témoigner.

Mr. Tobenstein: Un de mes gérants a été pris en otage il y a trois ans environ et les criminels l'ont forcé à ouvrir, après les heures d'affaires, l'entrepôt qu'ils ont à peu près vidé. Il a été détenu dans une fourgonnette à l'extérieur, un chiffon plein d'huile sur le dos et les criminels lui ont dit qu'ils y mettraient le feu s'il bougeait.

Plus récemment, le 10 janvier, nous avons été victimes d'un vol à main armée à 14h30. Deux hommes brandissant des fusils à canon tronqué sont entrés, nous ont tenus en joue et ont sorti la marchandise par la porte avant. La police est arrivée une vingtaine de minutes plus tard.

[Texte]

Quite often we've had trucks hijacked at gunpoint, as well. We had one truck hijacked about three months ago, right from behind our warehouse. Somebody noticed it and luckily the police were able to intercept the truck and get everything back for us. But several times before, it didn't work that way.

Our warehouse is like a fortress. In our warehouses we have three alarm systems, one for the roof and two for inside. We have fences inside the warehouse to protect us against robberies. We affix steel rollers to the walls to prevent people from breaking in through the walls, which has happened quite often. Quite often we come in in the morning and find a hole in the wall where they weren't able to get in.

These are some of the experiences we've had because of the problem with the price.

M. Guindon: Il y a deux semaines, nous nous sommes faits kidnapper un chauffeur. Ils ont trouvé le camion vide et le chauffeur était attaché à un arbre, dans une banlieue de Montréal. Je n'ai pas besoin de vous dire que le chauffeur est sur la CSST. Il ne veut plus revenir travailler. Il est en choc psychologique. Ça crée énormément de problèmes avec la gestion du personnel qui ne veut plus livrer des cigarettes. C'est un produit qui est en demande. Il y a de l'argent à faire avec des cigarettes volées, comme il y avait de l'argent à faire avec des cigarettes de contrebande. Il y a un marché pour ça. Tant qu'il va y avoir un attrait pour ce produit-là, nous allons avoir de sérieux problèmes de gestion; c'est évident.

M. Dumulong: J'aimerais dire comment la situation s'est dégradée au cours des dernières années à cause de la contrebande. Et si on parle de la contrebande, c'est pour vraiment mettre notre argumentation au sujet de la banalisation des paquets de cigarettes sur une bonne assise. Au cours des deux dernières années, entre 1991 et 1993, au Québec seulement on a perdu dans l'industrie des grossistes et du détail, 5 000 emplois directement, et cela à cause de la contrebande des produits du tabac. Ce sont 5 000 emplois perdus pour qui tout le monde paie de l'assurance-chômage ou du bien-être social. Je pense que ce n'est pas peu.

We also have to recognize that the capability of the tobacco contraband or the channel of organized-crime-led contraband is still well organized and it is going to be very easy for these guys to funnel anything, just as they're doing now: alcohol, narcotics, cigarettes, stolen goods, arms, or whatever. They're still there. They're just waiting for the next move. We all know criminals are always two steps ahead of the government when they do things. They can turn on a dime—very fast.

• 1000

Another problem was the social acceptability of illegal behaviour from everyone, including people who were otherwise law-abiding citizens. It was well accepted in the population. People were waving their package of cigarettes and saying, they didn't get me this time. A strong message was sent to the government that it went too far. It exceeded the reasonable level of taxation on those products and that was the peoples' way of telling the government it went too far.

[Traduction]

Nous avons souvent eu des camions détournés à la pointe du fusil. Un de nos camions a été détourné il y a environ trois mois, derrière notre entrepôt même. Quelqu'un s'en est aperçu et nous avons été chanceux que la police puisse intercepter le camion et nous retourner le tout. À plusieurs reprises auparavant, ce n'est toutefois pas ce qui s'est passé.

Notre entrepôt est comme une forteresse. Il est doté de trois systèmes d'alarme, un pour le toit et deux pour l'intérieur. Nous avons des clôtures à l'intérieur pour nous protéger contre le vol. Nous avons fixé des rouleaux en acier aux murs pour empêcher les effractions, ce qui est arrivé très souvent. À notre arrivée le matin, il nous arrive très souvent de trouver un trou dans le mur, là où les criminels n'ont pas pu entrer.

Voilà certaines expériences que nous avons vécues à cause du problème posé par le prix.

Mr. Guindon: Two weeks ago, one of our drivers was kidnapped. They found the truck empty and the driver, tied to a tree, in a Montreal suburb. Needless to say that the driver is on compensation. He does not want to come back to work. He is suffering from psychological shock. That has created major problems for the managers of employees who do not want to deliver cigarettes. It is a product in demand. There is money to be made with stolen cigarettes just as there was with smuggling. There is a market for that product. As long as that product is attractive, we will have serious management problems, obviously.

Mr. Dumulong: I would like to indicate how the situation has deteriorated over the last few years due to smuggling. And if we deal with smuggling, it is really to base our argument about plain packaging of cigarettes on solid ground. Over the last two years, between 1991 and 1993, the smuggling of tobacco products has cost 5,000 direct jobs in the wholesale and retail industries in Quebec alone. These are 5,000 lost jobs for which everybody pays unemployment insurance or social welfare benefits. I think that this is not insignificant.

Il faut aussi reconnaître que la contrebande du tabac ou les canaux de contrebande du crime organisé demeurent toujours bien structurés et qu'il sera très facile pour ces gens-là de faire la contrebande de n'importe quoi, comme ils le font actuellement: alcool, stupéfiants, cigarettes, marchandises volées, armes ou peu importe. Ils sont encore là. Ils attendent simplement ce qui va se passer ensuite. Nous savons tous que les criminels ont toujours deux pas d'avance sur le gouvernement lorsqu'ils agissent. Ils peuvent réagir très rapidement.

L'acceptabilité sociale du comportement illégal généralisé, y compris chez des gens autrement respectueux de la loi, a posé un autre problème. La population a bien accepté la situation. Les gens brandissaient leur paquet de cigarette en affirmant que le gouvernement ne les avait pas attrapés cette fois-là. La population a fait sentir fermement au gouvernement qu'il était allé trop loin et qu'il avait dépassé la raison en taxant les produits en question. C'était la façon pour les gens de dire au gouvernement qu'il était allé trop loin.

[Text]

I talked earlier about how organized crime was recruiting youths to sell tobacco products. As you probably read in the brief, they hired those young people so they would not be prosecuted. The youngsters were getting into it because they were facing lesser penalties.

We've cautioned governments in the past about excessive taxation. They did not hear what we were saying. It's a simple law of supply and demand. If you have a demand, there's going to be a supply. If you trick the supply with excessive taxation, the demand will still be there and someone will cover this gap created by overtaxation.

The past few years have been very difficult for our members. We're selling a legal product and we should be able to do that in peace and not be harmed or threatened. We shouldn't have to live in a state of siege.

I would like to move to the second part that deals specifically with generic packaging.

En fait, quant à la politique de la banalisation des produits de tabac, on n'a pas encore de preuve que cela fonctionne. Je trouve un peu alarmant de voir qu'on puisse aller dans ce sens alors qu'on n'a pas encore de preuve que cela fonctionne. C'est comme si on lançait une fusée sur la lune sans savoir si elle va monter, mais on la lance quand même, peu importe si les débris tombent sur les gens qui vivent autour. C'est dangereux, il faut faire attention à des mesures qui pourraient être prises par le gouvernement pour réduire la consommation.

Dans le passé, à l'Association nationale des distributeurs de tabac et de la confiserie, nous avons toujours appuyé des mesures concrètes qui étaient efficaces pour réduire la consommation chez les jeunes comme par exemple, l'établissement d'un âge minimal pour acheter des produits de tabac. On a toujours appuyé des mesures de la sorte. Je pense que nous sommes capables de pouvoir contrôler l'accèsibilité de ces produits de tabac à travers le réseau légal de la distribution. Nous ne sommes certainement pas capables de le faire avec les contrebandiers.

Un autre problème qui serait créé par la banalisation des produits de tabac

would be to ease the way those Canadian-produced products could be counterfeited, which brings the whole situation back to square one before the tax reduction. Cheap cigarettes can be produced outside the country and there's a demand for the product in the country.

If you cannot supply domestically produced tobacco products, people outside the country will. Since we have the longest unguarded border in the world, it's very easy. It's like Swiss cheese. You can walk back and forth any time you want.

I think making plain packages compulsory in Canada will make it very easy for any kind of producer with even meagre means to produce those products. The consumer won't be able to differentiate between what's legitimate and what's not if all the packages are black and white. By doing that, by putting in place plain packaging, Canada will be swarmed once again with tobacco coming from other countries, from the United States for instance, but not only the United States.

[Translation]

J'ai dit plus tôt que le crime organisé recrutait des jeunes pour vendre des produits du tabac. Comme vous l'avez probablement lu dans le mémoire, les criminels recrutaient ces jeunes afin de ne pas être poursuivis. Les jeunes acceptaient de jouer le jeu parce qu'ils étaient passibles de peines moins sévères.

Nous avons déjà prévenu les gouvernements au sujet des taxes excessives, mais ils ne nous ont pas écoutés. C'est tout simplement la loi de l'offre et de la demande. Si la demande est là, l'offre le sera aussi. Si l'on joue sur l'offre en imposant des taxes excessives, la demande existera quand même et quelqu'un viendra occuper le créneau ouvert par les taxes excessives.

Les dernières années ont été très difficiles pour nos membres. Nous vendons un produit légal et nous devrions pouvoir le faire en paix, sans qu'on nous nuise ou nous menace. Nous ne devrions pas avoir à vivre en état de siège.

Je vais passer à la deuxième partie du mémoire qui porte plus précisément l'emballage générique.

As a matter of fact, there is still no evidence that plain packaging of tobacco products works. I find it a little bit alarming to see that we might go in that direction while there is still no evidence that it works. It is like trying to launch a rocket to the moon without knowing whether it will lift off, but launching it anyway even if the debris might fall all over people living in the area. That is dangerous since one must be careful about measures which might be taken by the government in order to reduce consumption.

The National Association of Tobacco and Confectionery Distributors has always supported definite measures which were effective at reducing youth smoking, such as setting a minimum age for purchasing tobacco products. We have always supported such measures. I think that we have the capability to control the availability of tobacco products through legal distribution channels. We definitely cannot do so in the case of smuggling.

Another problem which plain packaging of tobacco products would create

sera la facilité avec laquelle les produits canadiens pourraient être contrefaits, ce qui ramène tout le problème à la case départ, avant la réduction des taxes. On peut produire des cigarettes bon marché à l'étranger et le produit est en demande au Canada.

Si l'on ne peut fournir des produits du tabac fabriqués au Canada, quelqu'un le fera de l'étranger. Comme nous avons la frontière non surveillée la plus longue au monde, c'est très facile. C'est comme du gruyère. On peut franchir la frontière n'importe quand.

La banalisation obligatoire au Canada facilitera énormément la tâche à tout producteur qui dispose même de maigres moyens. Le consommateur ne saura distinguer les produits légaux des produits illégaux si tous les paquets sont noir et blanc. Ce faisant, en imposant la banalisation, le Canada sera envahi une fois de plus par les produits du tabac de l'étranger, et notamment des États-Unis.

[Texte]

[Traduction]

• 1005

Who is going to be hit here? Jobs in Canada: retailers, wholesalers, manufacturers. Everyone is going to be hurt by this. We'll be creating jobs abroad while creating unemployment here. You know the figures for the national debt—\$661 billion. I don't think we have the luxury to create employment abroad and unemployment in Canada.

La présidente suppléante (Mme Picard): Je vous accorde encore quelques minutes parce que je pense que le temps presse pour les questions, puisque vous êtes à la fin de votre message.

M. Dumulong: Oui, nous pouvons vous faire nos recommandations, peut-être.

The government's efforts to deter young people from starting smoking are commendable. In that sense, we have all been supportive of effective approaches, as I mentioned. However, packaging, as far as we know, has nothing to do with the decision to start smoking and won't accelerate the rate of decline that we've been observing in Canada over the past 30 years. We've seen the same rate of decline in the States, although they don't have all sorts of bans and overtatxation and things like that.

Government should concentrate on education. Education is a key word here, not coercion. Don't force somebody into a behaviour. He won't do it. You don't have to be a psychology graduate to know that the more you're going to forbid a young person to go that way, the more he will. The attractiveness will even be increased that way.

Based on the overtatxation policy experience of the past few years, we should exercise extreme caution not to fall into a quick fix and make hasty decisions, especially on this plain packaging. The social impacts of overtatxation are very detrimental to our society. Social acceptance of illegal activities and disrespect for our institutions, as it was just the case a few months ago, will again attack our social fabric.

The potential plain packaging has in bringing back tobacco contraband will also send a dangerous message to our youth, as we've seen in the past, that it is acceptable to break certain laws and acceptable to respect others.

For consideration I would just mention that the National Association of Tobacco and Confectionery Distributors recommends that the plain packaging scheme be dropped from the government agenda.

La présidente suppléante (Mme Picard): Monsieur de Savoye.

M. de Savoye: Je vous remercie messieurs pour un exposé qui a apporté des éclairages qui ne nous avaient pas été donnés jusqu'à ce jour, selon moi.

Toutefois, avant de toucher à ces éclairages particuliers, j'aimerais vous faire remarquer que je suis très sensible au fait que votre industrie ait perdu 5 000 emplois dans les derniers mois ou les dernières années. Mais j'imagine que vous êtes sans doute aussi très sensibles au fait que vous avez perdu l'année dernière 35 000 clients et que vous en perdrez 35 000 autres cette année et ainsi, d'année en année.

Qui en souffrira? Ce sont les emplois au Canada, chez les détaillants, les grossistes, les fabricants. Tout le monde en souffrira. Nous allons créer des emplois à l'étranger et du chômage au Canada. Vous connaissez le chiffre de la dette nationale—661 milliards de dollars. Nous ne pouvons nous permettre de créer de l'emploi à l'étranger et du chômage au Canada.

The Acting Chair (Mrs. Picard): You have a few minutes left because I think that time is getting short for questions since you are about to complete your presentation.

Mr. Dumulong: Yes, maybe we can make our recommendations.

Les efforts que fait le gouvernement pour convaincre les jeunes de ne pas fumer sont louables. À cet égard, nous avons toujours appuyé les démarches efficaces, comme je le disais. Cependant, l'emballage n'incite pas les gens à commencer à fumer et la banalisation des emballages ne contribuera nullement à accélérer la baisse de la consommation observée depuis 30 ans. La baisse a été la même aux États-Unis, même s'il n'y existe pas toutes sortes d'interdictions, de taxes excessives, par exemple.

Le gouvernement devrait concentrer ses efforts sur l'éducation et non sur la coercition. Il ne faut pas imposer un comportement, car ça ne marche pas. Il n'est pas nécessaire d'être diplômé en psychologie pour savoir que plus on interdit à un jeune de faire quelque chose, plus il cherchera à le faire. C'est l'attrait du fruit défendu.

Compte tenu des effets de la politique de surtaxation des produits du tabac des dernières années, il faut être extrêmement prudent et ne pas chercher de solution magique ni prendre de décision à la hâte, surtout en ce qui concerne la banalisation. Les impacts sociaux de la surtaxation sont très dommageables pour la société. La tolérance d'activités illégales par la société et la perte de respect envers nos institutions, comme c'était le cas il y a quelques mois, s'attaqueront de nouveau à la trame sociale canadienne.

La possibilité de relancer la contrebande que présente la banalisation des emballages de produits du tabac fait aussi passer un message dangereux pour les jeunes, comme nous l'avons déjà vu, en leur faisant croire qu'il est acceptable d'enfreindre une loi et d'en respecter d'autres.

Pour les raisons mentionnées ci-dessus, l'Association nationale des distributeurs de tabac et de la confiserie recommande au gouvernement de retirer de son programme la banalisation des emballages des produits du tabac.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mr. de Savoye.

Mr. de Savoye: Thank you, gentlemen, for a submission which brought us an element of enlightenment which we had not had before in my opinion.

However, before dealing with these particular aspects, I would like to point out to you that I am very much aware of the fact that your industry has lost 5,000 jobs over the last few months or years. But I imagine that you are also, without any doubt, very much aware of the fact that you have lost 35,000 clients last year and that 35,000 more will be lost this year and so on, year after year.

[Text]

Il faut dire aussi que, quoique je comprenne que vos 5 000 chômeurs nous coûte assurance-chômage et bien-être social, les 35 000 clients que vous avez perdus ont coûté au préalable beaucoup d'assurance-santé. Alors, je mets simplement les choses en perspective en ne portant pas de jugement.

Ceci dit, une des choses qui m'a particulièrement frappé dans votre exposé, c'est la criminalité associée à la cigarette. Bien sûr, je suis un peu comme tout le monde, je lis les journaux et je sais qu'il y a des camions qui se sont fait volés, qu'il y a des entrepôts qui se sont fait vidés, mais je pense que c'est la première fois que quelqu'un vient devant nous et dit que oui, cela constitue vraiment un problème, qu'on a des difficultés avec le crime organisé. Il y a même des enfants qui sont entraînés à commettre des vols. Cela est une dimension qui, je crois, est très significative mais qui ne me rend pas plus sympathique à l'usage du tabac. C'est non seulement une question de santé qui est en jeu, c'est maintenant une question de sécurité publique et plus particulièrement dans votre commerce.

• 1010

Je vous laisserai le temps de commenter mes propos, mais vous avez aussi mentionné qu'il fallait miser sur l'éducation et, étant un ex-professeur, je suis très sensible à cette dimension. Mais je sais aussi, qu'en matière d'éducation, une image vaut dix mille mots. Est-ce que l'empaquetage banalisé ne constitue pas en soi un message éducatif?

Finalement, bien sûr, on ne veut pas voir les personnes s'empoisonner, si vous me permettez l'expression que Mme la ministre a déjà utilisée, avec un produit de mauvaise qualité parce qu'il aurait été importé et ne constituerait pas le tabac idéal, s'il existe quelque chose de cette nature. Est-ce qu'il y aurait une façon, à votre avis, qui permettrait aux paquets banalisés de clairement indiquer, par un sceau, un timbre ou autrement, que le produit a été cultivé au Canada? Vous pouvez, sans doute, éclairer ma lanterne sur ce point.

M. Guindon: J'aimerais répondre à votre premier bout de question. Quant à la banalisation d'un paquet de cigarettes, durant la période de la contrebande nous avons observé un phénomène qui était assez hallucinant, à savoir la vente de tabac en feuilles à 2,50 \$ la couette; on se retrouvait dans le temps des tribus indiennes. On vendait des branches de tabac avec des boutons après. C'était affreux! On en vendait environ 200 caisses par semaine. Pourquoi? Le prix.

Alors, le produit pouvait-il être plus banalisé qu'une couette de tabac? Et on en vendait, c'était incroyable!

Je ne pense pas que le paquet banalisé aura plus d'impact qu'une couette de tabac qui a des espèces de pistoles qui poussent après quand ça fait trois semaines qu'elle est dans vos entrepôts.

M. Dumulong: Je pense que ça peut répondre dans une bonne mesure à votre question. Quant à la façon par laquelle le paquet banalisé pourrait être plus difficilement reproduit, je ne suis pas un expert en imprimerie. Ce serait difficile pour moi de répondre à cette question. Plus on simplifie le paquet, plus c'est facile à le reproduire.

Je vais prendre un exemple qui me vient à l'esprit. Il y a la Banque du Canada qui rend ses billets de 20 \$ de plus en plus difficiles à contrefaire, cependant, on voit encore des gens qui se creusent la tête pour trouver des façons de contrefaire ce 20 \$. Pourtant, s'il y a quelque chose de difficile à contrefaire, c'est un billet de 20 \$.

[Translation]

It must be said also that although I understand that your 5,000 unemployed cost us unemployment insurance and social welfare benefits, the 35,000 clients that you have lost have cost a lot previously in health insurance. So, I am just putting things in perspective and making no judgment at all.

That being said, one of the things which struck me in your submission is the relation you mentioned between crime and cigarette. Of course, I am like anybody: I read the papers and I know that trucks are stolen, warehouses are broken into. However, I think that it is the first time that somebody has appeared before us saying that it is a real problem, that there are difficulties with organized crime. Even children are trained to steal. This is a very significant aspect which does not make me more sympathetic to tobacco use. It is not only a matter of health which is at stake, it is now a matter of public safety, more particularly in your business.

• 1010

I will let you comment my statements, but you mentioned also that we had to count on the education approach and since I am a former teacher, I am very aware of that approach. However I know also that as far as education is concerned, a picture is worth ten thousands words. Would plain packaging not be an education message by itself?

Finally, of course, we don't want to see people poison themselves, if I am allowed to use the same expression as the minister, with a poor quality product because it has been imported and is not the ideal tobacco, if there may be such a thing. Would there be a way, in your opinion, for plain packaging to indicate clearly, by a seal, a stamp or otherwise, that the product has been grown in Canada? You can undoubtedly shed some light on that matter.

M. Guindon: I would like to answer the first part of your question. As far as plain packaging is concerned, when smuggling was in full force, we noticed a phenomenon which was quite hallucinating, that is leaf tobacco selling for \$2.50 a bundle; it was like going back to the times of Indian tribes. Tobacco branches were sold with buds on them. That was horrible! Approximately 200 cases were sold per week. Why? Because of the price.

So, could the product be plainer than a tobacco bundle? And it sold like crazy!

I do not think that plain packaging will have more impact than a tobacco bundle which is growing some kind of pistil after three weeks in your warehouses.

M. Dumulong: I think that this can answer a good part of your question. As far as making plain packages more difficult to duplicate, I am not a printing expert. It would be difficult for me to answer that question. The plainer the package, the easier it is to duplicate.

I will take an example which pops into my mind. The Bank of Canada makes its \$20 bills more and more difficult to counterfeit, but there are still people looking for ways to counterfeit them. However, if there is something difficult to counterfeit, it is a \$20 bill.

[Texte]

Alors, plus on rendra le paquet facilement reproduisable, si vous me passez l'expression, plus il y aura de gens qui seront tentés de sauter dans cette galère, étant donné qu'il y a tellement d'argent à faire.

M. de Savoye: Est-ce que je peux me permettre d'inverser votre proposition et de dire que plus le paquet sera compliqué à reproduire, moins il y aura de gens tentés de le contrefaire. Je vous en prie, madame la présidente.

La présidente suppléante (Mme Picard): J'aimerais dire aux membres du Comité que je ne peux vous permettre plus de trois minutes pour poser votre question parce que nous accusons un retard sérieux. Docteur Martin.

Mr. Martin: Gentlemen, you mentioned the cost in jobs, with which all of us here certainly sympathize, but let us put it into perspective with the 38,000 people who are killed every year and the hundreds of thousands who get sick, the morbidity associated with tobacco smoking. One can certainly make a poignant argument that this is perhaps a far greater cost than the loss of jobs.

You stated that plain packaging decreases consumption. What evidence do you have of that? Sorry; plain packaging does not change consumption.

• 1015

Mr. Dumulong: We don't have any proof that it decreases consumption. We don't have any proof that it increases consumption. You don't know what's going to happen.

Mr. Martin: You said in your statement that there was no effect on consumption.

Mr. Dumulong: No, because the product isn't the way it's packaged. I think the way it's packaged is the product itself.

A case in point: we had the tobacco leaves argument presented earlier today. People were buying leaves. They weren't buying the package. They were buying the leaves. So that pushed aside the whole argument about plain packaging being effective. If these people were buying leaves, then that's the product they want to get. They don't buy a cardboard carton.

Mr. Martin: So you're saying there that there's no effect on plain-packaging consumption?

Mr. Dumulong: I don't see, as far as... Over the past few weeks we've been following the hearings and what has been discussed so far, and I assume from what I've been reading and what I've heard that there's no scientific demonstration, no scientific data supporting the effectiveness of plain packaging in reducing consumption of tobacco products. That's all I'm saying.

Mr. Martin: Yes. I'm not trying to get into an argument, but, Mr. Dumulong, you did say that packaging has no effect on consumption. I'm trying to determine if you have some evidence to that effect. It would be interesting for this committee to have that presented.

Mr. Tobenstein: On what Richard was saying about the tobacco leaf, people were buying that and putting it in their blenders to chop it up and make cigarettes.

Also, I don't know how this affects it but in Quebec when the taxes were brought down, there was a tremendous demand for cigarettes from all our retailers, but not for fine-cut tobacco, where people roll their own. Because in the beginning there was

[Traduction]

So, the easier the package would be to duplicate, if I may use that expression, the more people will be tempted to jump into the fray since there is so much money to be made.

Mr. de Savoye: Might I reverse what you said and say that the more complicated the package will be to duplicate, the less people will be tempted to counterfeit it. Please, Madam Chair.

The Acting Chair (Mrs. Picard): I would like to tell the members of the committee that I cannot allow them more than three minutes to put their questions because we are really late. Dr. Martin.

Mr. Martin: Messieurs, vous avez parlé du coût en emplois et vous avez certainement toute notre sympathie à cet égard, mais il ne faut pas oublier que le tabagisme tue 38 000 personnes par année et en rend des centaines de milliers malades. Il est certes convaincant d'affirmer que le coût est peut-être beaucoup plus élevé que la perte d'emplois.

Vous avez dit que l'emballage neutre réduit la consommation. Quelle preuve en avez-vous? Je suis désolé, mais l'emballage neutre ne change rien à la consommation.

Mr. Dumulong: Rien ne prouve que l'emballage neutre réduit ou augmente la consommation. On ne sait pas ce qui va se passer.

Mr. Martin: Vous avez dit dans votre déclaration que cela n'avait aucun effet sur la consommation.

Mr. Dumulong: Non, parce que le produit, ce n'est pas l'emballage. C'est l'emballage qui fait le produit.

Voici un exemple: On a parlé du tabac en feuilles plus tôt aujourd'hui. Des gens achetaient des feuilles et non un paquet. Cela a donc démolé tout l'argument sur l'efficacité de l'emballage générique. Si les gens en question achetaient des feuilles, c'est alors le produit qu'ils recherchaient. Ils n'achètent pas un morceau de carton.

Mr. Martin: Vous dites donc que l'emballage neutre n'a aucun effet sur la consommation?

Mr. Dumulong: Je ne vois pas, en ce qui... Nous avons suivi les audiences ces dernières semaines et les témoignages jusqu'à maintenant et j'ai conclu de ce que j'ai lu et entendu qu'il n'existe aucune preuve ni donnée scientifique démontrant que l'emballage générique réussi à réduire le tabagisme. C'est tout ce que je dis.

Mr. Martin: Oui. Je n'essaie pas de lancer un débat, mais vous avez affirmé, monsieur Dumulong, que l'emballage n'avait aucun effet sur la consommation. J'essaie d'établir si vous avez des preuves à cet égard. Il serait intéressant qu'on les présente au comité.

Mr. Tobenstein: Quant à ce que Richard disait au sujet du tabac en feuilles, les gens le passaient au mélangeur pour le hacher et en faire des cigarettes.

En outre, je ne sais pas comment cela affecte la question, mais lorsqu'on a réduit les taxes au Québec, nos détaillants ont vu grimper en flèche la demande de cigarette mais non la demande de tabac fin qui sert à rouler des cigarettes. Comme

[Text]

such a big difference in the price—everybody could buy it so inexpensively compared to what it was before—I think they all were just buying cartons. But it didn't take long for the fine-cut market to increase dramatically, and now we're selling a tremendous amount of fine-cut tobacco where everybody's rolling their own.

Mr. Martin: You're aware that tobacco companies specifically advertise and target their tobacco packaging for youth in some cases. You're obviously familiar with that.

Mr. Tobenstein: I don't know if I'm familiar with that. That's what the other fellow here was claiming.

Personally, I'm interested in my business and how it's going to affect what I'm doing. We just went through a terrible time in our industry, where a lot of our members went out of business because of the contraband problem, and I wouldn't like to see something else that we're not even sure about disturb the whole marketplace right now. We're not sure that going to plain packaging is going to reduce consumption. I don't believe there's proof of that, and all I can see—

La présidente suppléante (Mme Picard): Je suis désolée de vous interrompre, je vais passer au docteur Pagtakhan.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): Does each of you believe that cigarette smoking is addictive? Yes or no?

Mr. Guindon: I think so.

Mr. Pagtakhan: Mr. Tobenstein.

Mr. Tobenstein: I didn't hear what you said.

Mr. Pagtakhan: Is cigarette smoking addictive?

Mr. Tobenstein: Is it addictive? I wouldn't really know.

Mr. Pagtakhan: Mr. Dumulong.

Mr. Dumulong: I'm not a doctor and I don't know.

Mr. Pagtakhan: You don't know. Well, let me tell you, in all modesty, that all evidence—overwhelming medical evidence, scientific evidence—indicates that cigarette smoking is addictive. Inherent in addiction is the inability of the person to break that to a great extent—in varying degrees, of course, as we heard the previous witness tell us in part, and of course an experimental study was done by Dr. Noble in 1983.

Mr. Dumulong, you indicated that there is a continuing demand for cigarettes. I suggest to you that a great basis for the continuing demand is addiction. In other words, because of addiction, a great number of smokers are now being held hostage against free will and free choice to break the habit. Right? Are you telling me that we now should accommodate being hostage to cigarette smoking?

Mr. Dumulong: No. There's a legal product out there, and if some people decide to use this legal product, then they should be able to do so.

Mr. Pagtakhan: What I'm telling you is that they are no longer able to make a free choice, because it is already addiction. In other words, they would like to break the habit, but they cannot.

[Translation]

l'écart de prix était tellement important au début—tout le monde pouvait en acheter à tellement bon marché, comparativement à ce qui se passait auparavant—je pense que tous les gens se sont précipités pour acheter des cartouches. Or, il n'a pas fallu tellement de temps pour que le marché du tabac fin grimpe en flèche. Nous vendons actuellement énormément de tabac fin pour ceux qui roulent leurs propres cigarettes.

M. Martin: Vous savez que la publicité des sociétés de tabac est spécifique et que leur emballage vise les jeunes dans certains cas. Vous connaissez évidemment très bien la question.

M. Tobenstein: Je ne sais pas si c'est le cas. C'est ce que disait l'autre gars ici.

Personnellement, je m'intéresse à mon entreprise et à l'effet de ces mesures sur mes activités. L'industrie vient de vivre une période terrible au cours de laquelle une foule de nos membres ont dû fermer leurs portes à cause de la contrebande. Je n'aimerais pas voir un autre problème qui baigne dans l'incertitude venir perturber tout le marché pour le moment. Nous ne sommes pas sûrs que la banalisation réduira le tabagisme. Je ne crois pas qu'il y en ait de preuve et tout ce que je peux voir...

The Acting Chair (Mrs. Picard): Sorry to interrupt you. I will give the floor to Dr. Pagtakhan.

M. Pagtakhan (Winnipeg-Nord): Croyez-vous tous que le tabagisme est toxicomanogène? Oui ou non?

Mr. Guindon: Je crois que oui.

Mr. Pagtakhan: Monsieur Tobenstein.

Mr. Tobenstein: Je n'ai pas entendu ce que vous disiez.

Mr. Pagtakhan: Le tabagisme est-il toxicomanogène?

Mr. Tobenstein: Je ne saurais dire.

Mr. Pagtakhan: Monsieur Dumulong.

Mr. Dumulong: Je ne suis pas médecin et je ne sais pas.

Mr. Pagtakhan: Vous ne savez pas. Permettez-moi de vous dire en toute modestie que toutes les preuves—des preuves médicales et scientifiques écrasantes—indiquent que le tabagisme est toxicomanogène. La toxicomanie comporte un problème inhérent, soit l'incapacité de l'intéressé de se débarrasser de cette habitude—l'incapacité varie bien entendu comme les témoins précédents nous l'ont dit en partie et comme l'a révélé bien sûr une étude expérimentale du Dr. De Noble en 1983.

Monsieur Dumulong, vous avez indiqué que la demande de cigarettes se maintient. J'estime que le maintien de la demande est attribuable en grande partie à la toxicomanie. Autrement dit, à cause de la toxicomanie, beaucoup de fumeurs sont maintenant tenus en otages contre leur volonté et ne peuvent se débarrasser de l'habitude. N'est-ce pas le cas? Voulez-vous me dire qu'il faudrait maintenant accepter d'être otage du tabagisme?

Mr. Dumulong: Non. On vend un produit légal et ceux qui décident de l'utiliser devraient pouvoir le faire.

Mr. Pagtakhan: Ce que je vous dis, c'est que les fumeurs n'ont plus de libre choix parce qu'ils sont déjà accoutumés. Autrement dit, ils aimeraient se débarrasser de cette habitude, mais ils en sont incapables.

[Texte]

[Traduction]

• 1020

I have heard many patients tell me: "This cigarette smoking is killing me. Unfortunately, I cannot break the habit." That is addiction. Now, that is not free choice anymore. Wouldn't you agree?

Mr. Dumulong: But what does it have to do with plain packaging?

Mr. Pagtakhan: It does because, hopefully, plain packaging will prevent—that is what we are searching for—the very onset of smoking, the very beginning of addiction, the opportunity for a person to be exposed to a very serious situation, which is addiction.

If evidence were presented saying that plain packaging could in fact help people to start smoking, particularly the youth, would you agree and support the tool?

Mr. Dumulong: We don't have any—

Mr. Pagtakhan: No, no, no. Answer my question. If it were available...?

Mr. Dumulong: It's hypothetical. I can't answer that.

Mr. Pagtakhan: Thank you. I respect your answer to a hypothetical question.

Thank you, Madam Chairman.

Mr. Scott: Welcome. We've talked a lot about proof. Do you have any proof that smuggling would increase if we introduced plain packaging?

Mr. Dumulong: It's a matter of the law of supply and demand. We still have a lot of taxation on tobacco products in Canada. We have not cut the taxation on tobacco products in Canada down to zero.

Mr. Scott: No, I'm not talking about price.

Mr. Dumulong: That's what I'm getting to.

If you can produce a tax-free cigarette outside of the country... A case in point is that in Quebec the taxes on a carton of cigarettes are 10, 10, 20...

Mr. Scott: That's money. I'm not talking about money. I'm not talking about taxes. I'm talking about plain packaging. You're talking about taxes and the price differential.

Mr. Dumulong: Yes. Plain packaging would make counterfeiting much easier to do.

Mr. Scott: That's because of the technology and the level of sophistication in printing, cutting, and so on.

Mr. Dumulong: Yes.

Mr. Scott: If we were to introduce plain packaging that required the same level of technology that currently exists, then your argument is taken away.

Mr. Dumulong: As long as we have a legal product, we should be able to sell this product.

Mr. Scott: In the entire brief, basically, you talked about the disastrous consequence of contraband because of pricing.

J'ai entendu beaucoup de patients me dire: «La cigarette est en train de me tuer, mais je ne peux malheureusement me débarrasser de cette habitude.» C'est ça, la toxicomanie. Il n'est plus question de libre choix. N'êtes-vous pas d'accord?

M. Dumulong: Mais quel est le lien avec l'emballage neutre?

M. Pagtakhan: Il y en a un parce que nous espérons que l'emballage neutre empêchera—and c'est ce que nous cherchons—les gens de commencer même à fumer, de céder à la toxicomanie, d'être victimes d'un problème très grave, la toxicomanie.

Si l'on pouvait prouver que l'emballage neutre peut en fait dissuader les gens de commencer à fumer, et particulièrement les jeunes, seriez-vous d'accord avec ce moyen et l'appuieriez-vous?

M. Dumulong: Nous n'avons aucune...

M. Pagtakhan: Non, répondez à ma question. S'il y avait des preuves...?

M. Dumulong: Je ne peux répondre à une question hypothétique.

M. Pagtakhan: Merci. Je respecte votre réponse à une question hypothétique.

Merci, madame la présidente.

M. Scott: Bienvenue. Nous avons beaucoup parlé de preuve. Avez-vous des preuves selon lesquelles la banalisation entraînerait une augmentation de la contrebande?

M. Dumulong: C'est une question d'offre et de demande. Les produits du tabac sont encore énormément taxés au Canada. Nous n'avons pas ramené à zéro les taxes sur les produits du tabac au Canada.

M. Scott: Je ne parle pas de prix.

M. Dumulong: C'est ce à quoi je veux en venir.

S'il est possible de produire une cigarette non taxée à l'étranger... Par exemple, au Québec, les taxes sur une cartouche de cigarette sont de 10, 10, 20...

M. Scott: C'est de l'argent. Je ne parle pas d'argent ni de taxes. Je parle d'emballage neutre. Vous parlez des taxes et de l'écart de prix.

M. Dumulong: En effet. La banalisation faciliterait énormément la contrefaçon.

M. Scott: C'est à cause de la technologie et des techniques modernes d'impression, de découpage, etc.

M. Dumulong: En effet.

M. Scott: Si l'on imposait un emballage neutre qui exigerait le même niveau de technologie qu'à l'heure actuelle, votre argument disparaîtrait alors.

M. Dumulong: Tant que le produit sera légal, nous devrions pouvoir le vendre.

M. Scott: Dans tout votre mémoire, vous avez essentiellement parlé des répercussions désastreuses de la contrebande qui sont liées au prix.

[Text]

In fact, you made a compelling case for the government to come up with some other way to deal with tobacco consumption deterrence. This is our attempt to come up with some other way. You come back with the argument that contraband would increase if we introduced plain packaging, but the only argument you put is that it would be so much easier technologically.

Given the fact that you've said our efforts to diminish consumption are both commendable and supportive, if you take away the argument that it would be easier to counterfeit plain packaging, then you don't have an argument because you've already told us that pricing doesn't work.

You want us to do something. This is what we've come back with.

Your entire case has been on the basis of contraband. If it's not a problem of smuggling, then I don't see where you have a problem, except the inconvenience in terms of warehousing your product.

Mr. Dumulong: I don't know if you are aware, Mr. Scott, that we already have counterfeit brand tobacco products. We've seen counterfeit du Mauriers, the red packages. So the capability is there to reproduce those products.

Mr. Scott: So plain packaging is not an issue as far as contraband is concerned. You're either telling us that it's so simple everybody can do it and therefore contraband's a problem or that they're already doing it with the sophisticated packaging.

Mr. Dumulong: They can do it everywhere.

Mr. Scott: Exactly.

Mr. Dumulong: From inside or outside.

Mr. Scott: So, consequently, it's not an issue in the context of smuggling.

Mr. Dumulong: It is in the sense that if you make those packages much easier to produce, anybody can jump in.

Mr. Scott: Okay, but I'm saying that if we were to have plain packages that were not much easier to produce, then the argument's gone, and that's quite doable.

Mr. Dumulong: The whole rationale behind plain packaging is to make the packages as simple and unappealing as possible. That's what I've been hearing in these hearings.

Mr. Scott: No. Actually, what we're trying to do is not send mixed signals to the Canadian public, particularly youth. The government tells youth that tobacco consumption is bad and tobacco companies confuse that signal by giving positive images. We've all heard of these other things.

What we're trying to do is have the public make their choice based on the government's message that this is an unhealthy thing to do. We're trying to come up with ways to make sure that people understand that.

Ms Fry: Thank you for coming here today and presenting to us. I have heard some compelling evidence today. I've read your preliminary, which basically said you are here to promote the welfare and commercial interests of the wholesale distributor members of your industry. You are also here to talk about jobs and costs to your industry.

[Translation]

Vous présentez en fait un argument convaincant pour que le gouvernement trouve un autre moyen de dissuader le tabagisme. C'est ce que nous essayons de faire. Vous revenez avec l'argument selon lequel la contrebande augmentera si nous imposons la banalisation, mais le seul argument que vous présentez, c'est que ce serait tellement plus facile sur le plan technique.

Comme vous avez dit que nos efforts afin de réduire la consommation sont à la fois louables et dignes d'appui, si on élimine l'argument selon lequel l'emballage serait plus facile à contrefaire, il ne vous en restera plus aucun parce que vous nous avez déjà dit que le prix ne donne pas de résultat.

Vous voulez que nous agissions et c'est le moyen que nous proposons.

Tout votre argument s'appuie sur la contrebande. Si ce n'est pas un problème de contrebande, je ne vois alors pas où vous avez un problème, sauf en ce qui concerne l'entreposage du produit.

M. Dumulong: Je ne sais pas si vous savez, monsieur Scott, qu'il y a déjà des marques de produits du tabac qui sont contrefaites. Nous avons eu des du Maurier contrefaites. Il est donc possible de reproduire ces produits.

M. Scott: L'emballage neutre n'est donc pas un problème en ce qui concerne la contrebande. Vous nous dites ou bien que c'est tellement simple que tout le monde peut le faire et que la contrebande pose donc un problème, ou bien qu'on fait déjà de la contrebande de paquets complexes.

M. Dumulong: On peut le faire partout.

M. Scott: Exactement.

M. Dumulong: De l'intérieur ou de l'extérieur.

M. Scott: Ce n'est donc pas un problème dans le contexte de la contrebande.

M. Dumulong: Ça l'est en ce sens que si les paquets sont plus faciles à produire, n'importe qui peut se livrer à cette activité.

M. Scott: Très bien, mais si les emballages n'étaient pas beaucoup plus faciles à reproduire, votre argument disparaîtrait alors, et c'est très faisable.

M. Dumulong: Toute la justification de l'emballage neutre consiste à rendre les paquets aussi banals et peu attrayants que possible. C'est ce que j'entends dire à ces audiences.

M. Scott: Non. En fait, nous essayons de ne pas faire passer de signaux mixtes au public canadien, et en particulier aux jeunes. Le gouvernement dit aux jeunes que le tabagisme est mauvais et les sociétés de tabac brouillent le signal en en donnant des images positives. Nous en avons tous entendu parler.

Nous essayons d'amener le public à faire ses choix en fonction du message du gouvernement, soit que le tabagisme est mauvais pour la santé. Nous essayons de trouver des façons de faire comprendre cela aux gens.

Mme Fry: Merci de l'exposé que vous êtes venus nous faire aujourd'hui. J'ai entendu des témoignages convaincants. J'ai lu votre déclaration liminaire, où vous dites fondamentalement que vous êtes là pour promouvoir le bien-être et les intérêts commerciaux des grossistes membres de votre industrie. Vous êtes là aussi pour parler d'emplois et des coûts pour votre industrie.

[Texte]

This is the health committee and I suppose our mandate should be made very clear. We are not here to promote the commercial interests of your industry. We are here to promote the health of Canadians and to prevent disease and death in Canadians. So we have essentially a different mandate from you.

You have said there has been a lot of violence within your industry related to smuggling. There's a lot of violence with the smuggling of cocaine and heroin. I have heard very compelling reasons here today, and I just want to ask you if you agree that if we legalized cocaine and heroin maybe we wouldn't have violence in that group. Maybe we should advertise them and put them in gorgeous packaging. Then there would be no need for people to smuggle those drugs.

I've heard some very compelling arguments. Perhaps you should explain it to me if you think that way, considering only 3% of people use those drugs, and Dr. Pagtakhan has said tobacco is an addictive drug. I know there is compelling evidence, right down to the way it works on the brain, that it is an addictive drug. Then maybe we should not have forbidden fruit in cocaine and heroin. Maybe we should legalize the products, put them in nice packaging and advertise them to stop the smuggling.

If, as you tell me, plain packaging and underground and forbidden fruit increase smuggling, we have to stop this. We must do something about cocaine and heroin, or do you think that's a valid argument?

Mr. Tobenstein: Dr. Pagtakhan spoke before about addiction to tobacco products. The fellow who was here before said there's no evidence young people start smoking because of the brand. Brand loyalty comes along later. I don't see where the plain packaging is going to stop people from starting to smoke. This is the whole idea here.

Ms Fry: Then why are you worried.

Mr. Tobenstein: I'm not worried about that. The reason I'm worried is we don't know what's going to happen. Our industry has just gone through a terrible time. I realize you're here for health and you're worried about that.

In the past several years, health costs have been there anyway, even though you were trying to overtax everybody to stop smoking. I think it was a lost situation for the government. I don't see where plain packaging at this time is going to stop people from starting to smoke. All I can see is it's going to disrupt the whole industry and cause us more problems. That's why I wouldn't like to see it happen at this time. At least give us a chance.

Maybe it's something to look at in the future when there's some evidence to back it up. But I don't think right now is the proper time to do this.

Ms Fry: There is risk-taking in health care and health promotion as well as in your industry. If you don't believe it's going to make a difference to your cigarette sales, then we have to err on the side of health. If it isn't going to make a difference

[Traduction]

Nous sommes le Comité de la santé; je suppose que nous devrions préciser très clairement notre mandat. Nous ne sommes pas là pour promouvoir les intérêts commerciaux de votre industrie. Nous sommes là pour promouvoir la santé des Canadiens et prévenir la maladie et les décès chez les Canadiens. Notre mandat est donc fondamentalement différent du vôtre.

La contrebande, avez-vous dit, donne lieu à bien de la violence dans votre industrie. La contrebande de cocaïne et d'héroïne aussi. Je viens d'entendre certaines raisons très convaincantes. Pensez-vous que la légalisation de la cocaïne et de l'héroïne pourrait disparaître la violence de ce côté-là? Nous devrions peut-être leur faire de la publicité et les présenter dans de magnifiques emballages. On n'aurait plus besoin alors de passer ces drogues en contrebande.

J'ai entendu certains arguments très convaincants. Peut-être pourriez-vous m'expliquer cela, si vous êtes de cet avis, vu que seulement 3 p. 100 de la population consomme ces drogues, et que le Dr Pagtakhan a dit que le tabac est une drogue toxicomanogène. Des données convaincantes, allant jusqu'à la façon dont le cerveau y réagit, le prouvent. Alors la cocaïne et l'héroïne ne devraient peut-être pas être des fruits défendus. Il faudrait peut-être les légaliser, les mettre sous de beaux emballages et les annoncer pour mettre fin à la contrebande.

Si, comme vous me le dites, l'emballage banalisé et le fruit clandestin et défendu augmentent la contrebande, il faut arrêter cela. Faisons quelque chose à propos de la cocaïne et de l'héroïne. Pensez-vous que l'argument se tient?

M. Tobenstein: Le Dr Pagtakhan a déjà parlé de la dépendance des produits du tabac. Un des témoins précédents a affirmé que rien ne prouve que c'est la marque qui pousse les jeunes à fumer. La fidélité à la marque vient bien après. Je ne vois pas comment l'emballage banalisé va empêcher de commencer à fumer. Voilà toute l'idée.

Mme Fry: Alors pourquoi vous inquiéter?

M. Tobenstein: Ce n'est pas cela qui m'inquiète. Je suis inquiet parce que nous ne savons pas ce qui va se passer. Notre industrie sort à peine d'une crise. Je sais que vous êtes là pour la santé et que cela vous préoccupe.

Depuis plusieurs années, les coûts de santé sont là de toute façon, malgré les efforts que vous avez faits pour surtaxer tout le monde afin de contrer le tabagisme. C'était peine perdue pour le gouvernement. Je ne vois pas comment la banalisation des emballages à ce moment-ci empêchera les gens de commencer à fumer. Tout ce que je vois, c'est que cela va perturber toute l'industrie et nous causer encore plus de problèmes. C'est pourquoi je n'en veux pas à ce stade-ci. Au moins, donnez-nous une chance.

Ce sera peut-être une chose à examiner plus tard, lorsqu'on aura des données sur lesquelles s'appuyer. Mais le moment n'est pas venu.

Mme Fry: Il y a des risques à prendre dans les soins de santé et la promotion de la santé ainsi que dans votre industrie. Si vous ne pensez pas que cela fera une différence dans vos ventes de cigarettes, il faut alors privilégier la santé. Si la

[Text]

in your cigarette sales, then we may have to institute it just to see. If it doesn't make a difference, nothing has changed, but if it does we have made a significant difference. I think we always have to err on the side of health, and that's why I wanted to talk about why we're here.

The second thing is, I still haven't had your answer about whether or not we should legalize cocaine and heroin.

Mr. Tobenstein: How could I give you an answer to that?

Ms Fry: We have violence associated with smuggling of those drugs and there are underground economies. People are getting children to sell cocaine and heroin in the schools. Maybe we should legalize them.

Mr. Tobenstein: We're supposed to be here to discuss plain packaging on tobacco products. We're not here for that other reason.

Ms Fry: I think it renders your argument very moot. If you're complaining about the violence, then we should stop all violence by making heroin and cocaine very legal drugs with a lot of advertising and wonderful packaging. It will stop the smuggling and all of the contraband that goes on for those drugs. I don't think that argument is a pertinent one.

I think we have to talk here about why plain packaging is something that would concern you. If it isn't going to work, why are you concerned? I would really like to get an answer to that.

• 1030

La présidente suppléante (Mme Picard): Je m'excuse, mais je dois donner la parole à M. Szabo pour une question; et j'aimerais rappeler aux membres du Comité que nous avons une demi-heure de retard. Alors, il faut faire vite.

Monsieur Szabo.

Mr. Szabo: Mr. Guindon, I would like to show you two pictures. Please look at them carefully. What did you see? What was the first picture?

Mr. Guindon: Player's Light.

Mr. Szabo: What was the second picture?

Mr. Guindon: Player's.

Mr. Szabo: Did you see the health warning message on either of those packages?

Mr. Guindon: Il y en a un qui était en haut.

Mr. Szabo: Sorry?

Mr. Guindon: Non, je n'ai pas lu le message.

I do not read the message.

Mr. Szabo: You did not recognize either of the messages?

Mr. Guindon: Non.

Mr. Szabo: Thank you.

Mr. Dumulong: Health warnings are usually read by non-smokers.

[Translation]

banalisation ne change rien à vos ventes de cigarettes, il faudrait peut-être l'instituer, juste pour voir. S'il n'y a pas de différence, rien n'aura changé. S'il y en a une, ce sera une toute autre histoire. Quand on prend des chances, c'est toujours la santé qu'il faut privilégier, et c'est pourquoi je voulais parler de la raison pour laquelle nous sommes là.

En second lieu, j'attends toujours votre réponse à la question de savoir si nous devons légaliser ou pas la cocaïne et l'héroïne.

M. Tobenstein: Comment pourrais-je répondre à cette question?

Mme Fry: La contrebande de ces drogues entraîne la violence et crée des économies parallèles. On fait vendre de la cocaïne et de l'héroïne par des enfants dans les écoles. Peut-être faudrait-il les légaliser.

M. Tobenstein: Nous sommes censés être là pour parler de banalisation de l'emballage des produits du tabac. Nous ne sommes pas là pour cette autre raison.

Mme Fry: Cela enlève bien du poids à votre argument. Si vous dénoncez la violence, nous devrions stopper toute la violence en légalisant tout à fait l'héroïne et la cocaïne, à grands renforts de publicité et par de magnifiques emballages. Cela sonnera l'arrêt de mort de la contrebande de ces drogues. L'argument ne me paraît pas très pertinent.

Nous devons parler ici de la raison pour laquelle l'emballage banalisé devrait vous inquiéter. S'il ne donne pas de résultats, pourquoi vous inquiéter? J'aimerais avoir votre réponse à cela.

The Acting Chair (Mrs. Picard): I am sorry, but I must recognize Mr. Szabo for one question; and I would like to remind members of the committee that we are half an hour late. So, let's make it quick.

Mr. Szabo.

M. Szabo: Monsieur Guindon, j'aimerais vous montrer deux images. Veuillez les examiner attentivement. Qu'avez-vous vu? Quelle était la première image?

M. Guindon: Player's légère.

M. Szabo: Et la deuxième?

M. Guindon: Player's.

M. Szabo: Avez-vous vu l'avertissement pour la santé sur l'un ou l'autre de ces paquets?

M. Guindon: There was one on top.

M. Szabo: Vous dites?

M. Guindon: No, I did not read the message.

Je ne lis pas le message.

M. Szabo: Vous n'avez reconnu ni l'un ni l'autre des messages?

M. Guindon: No.

M. Szabo: Merci.

M. Dumulong: Ce sont habituellement les non-fumeurs qui lisent les avertissements.

[Texte]

Ms Fry: Maybe they should be read by smokers.

La présidente suppléante (Mme Picard): J'aimerais remercier l'Association nationale des distributeurs de tabac et de la confiserie d'être venus nous rendre leur témoignage.

Merci, bonjour et bonne fin de journée.

J'aimerais maintenant souhaiter la bienvenue à MM. Leo Jordan et Robert Runciman, députés provinciaux de l'Ontario. Je sais qu'ils sont accompagnés du maire de Smith Falls, M. Lee.

J'aimerais vous demander de nous faire un bref exposé afin de nous permettre de pouvoir vous poser plusieurs questions.

Mr. Robert Runciman, MPP (Province of Ontario): Thank you, Madam Chairman.

I have a brief written submission, which I know the clerk has circulated to the members of the committee. I want to thank you for the opportunity to appear before you today.

Mr. Jordan and I are here because of the increasing level of concern in both our ridings related to the potential of significant job losses if the federal government mandates generic cigarette packaging.

In my riding of Leeds—Grenville, Shorewood Packaging in Brockville employs 220 people. Kromacorp Inc., a special ink plant in Prescott, employs 42. The owners of both these operations have stated unequivocally that the plants will be forced to shut down if generic packaging becomes a reality, throwing 260 people onto the unemployment rolls.

Shorewood alone has an annual payroll of \$10.7 million. It contributes \$320,000 in taxes each year to the City of Brockville. That accounts for almost one full percent of the city's total annual budget. Both Shorewood and Kromacorp are outstanding corporate citizens providing high-paying jobs and excellent benefits to their employees and their families. They are the kinds of industries providing the kinds of jobs that Canada needs now and into the next century.

In my view it would be sheer lunacy to sacrifice them on the altar of political expediency as nothing less than a sop to special interests. The people employed at these plants, and their families, make enormous contributions to their communities. They are property taxpayers. They are consumers supporting local businesses. They are the people making minor hockey and baseball, church groups, service clubs and charities work. They are proud people, proud of their jobs, proud of their communities, and proud of their ability to contribute.

This Parliament has absolutely no right to attack a key foundation of their lives—their jobs—with clear, convincing and unchallenged evidence that what it is doing is right and is in a very significant way in the best interests of society at large.

Before coming here today I was advised by a previous witness that during his testimony committee members appeared disinterested. From his perspective your minds were already made up and you were simply going through the motions. He saw it as a public consultation exercise that was window dressing at best.

[Traduction]

Mme Fry: Les fumeurs auraient avantage à les lire.

The Acting Chair (Mrs. Picard): I would like to thank the National Association of Tobacco and Confectionery Distributors for their testimony.

Thank you, good day and have a nice day.

I would now like to welcome Messrs. Leo Jordan and Robert Runciman, Ontario MPPs. I know that they are accompanied by the mayor of Smiths Falls, Mr. Lee.

I would like to ask you to make a brief presentation, so that we can ask several questions of you.

M. Robert Runciman, député provincial (province d'Ontario): Merci, madame la présidente.

J'ai un bref exposé écrit, que la greffière a distribué aux membres du comité. Je vous remercie de l'occasion que vous me donnez de venir vous parler ici aujourd'hui.

M. Jordan et moi sommes ici en raison des inquiétudes croissantes que suscitent dans nos circonscriptions la possibilité qu'un nombre important d'emplois soient perdus si le gouvernement fédéral décide d'imposer un emballage générique pour les paquets de cigarettes.

Dans ma circonscription de Leeds—Grenville, la Shorewood Packaging à Brockville compte 220 employés. La Kromacorp Inc., qui fabrique des encres spécialisées à Prescott, en compte pour sa part 42. Les propriétaires de ces deux entreprises ont affirmé sans équivoque qu'ils seraient forcés de fermer leurs portes si l'emballage générique devait devenir une réalité, ce qui jette au chômage 260 personnes.

À elle seule, la Shorewood verse chaque année en salaires 10,7 millions de dollars. Chaque année, elle paie en taxes 320 000\$ à la municipalité de Brockville. Cela compte pour presque 1 p. 100 du budget total de la municipalité. Ces deux entreprises contribuent énormément à la vie de la ville, et paient d'excellents salaires et avantages sociaux à leurs employés et à leurs familles. C'est le genre d'industries qui fournit le genre d'emplois dont le Canada a besoin maintenant et pour le siècle qui vient.

À mon avis, il serait tout à fait absurde de les sacrifier sur l'hôtel de l'urgence politique uniquement pour satisfaire des intérêts très particuliers. Les gens qui travaillent dans ces usines et leurs familles contribuent énormément à la vie de leur collectivité. Ils paient des taxes foncières et achètent des biens dans des commerces locaux. Ce sont eux qui veillent au bon fonctionnement des ligues mineures de hockey et de baseball, des groupes religieux, des groupes philanthropiques et des œuvres de charité. Ce sont des gens fiers, qui sont fiers de leur emploi, fiers de leur collectivité et fiers d'être capables d'y contribuer.

• 1035

Le Parlement n'a absolument pas le droit d'attaquer le fondement même de leur vie—leur emploi—sans preuve claire, convaincante et incontestable qu'il a raison de le faire et qu'il contribue ainsi d'une façon très importante à l'intérêt de la société tout entière.

Juste avant que je n'arrive aujourd'hui, un témoin qui a comparu un peu plus tôt a raconté que, durant son témoignage, les membres du comité semblaient distraits. Selon lui, vous avez déjà pris votre décision et ne faisiez qu'attendre le moment de mettre la question aux voix. Selon lui, cette consultation publique n'était que de la frime.

[Text]

Ladies and gentlemen, I sincerely hope that is not the case. I hope you are truly weighing all the positions put forward. The benefits of generic packaging may or may not be real. None of us really knows. On the other side of the equation, we do know that your decision could have a devastating impact on real industries, real jobs, real communities, and real families. I urge you to never lose sight of that fact.

Thank you.

Mr. W. Leo Jordan, MPP (Province of Ontario): Thank you, Madam Chairman.

I too have sent forward a short presentation relative to the effects of this legislation in the riding of Lanark—Renfrew, which I represent. I thank you for this opportunity to join with my colleague Mr. Runciman in this presentation about the real effects of generic packaging.

A policy that is ostensibly designed to reduce the consumption of cigarettes will create many hardships. There will be hardships for the people who lose their jobs.

La présidente suppléante (Mme Picard): Monsieur Jordan, je suis désolée de vous interrompre mais comme nous avons lu les exposés que vous nous avez envoyés, serait-il possible de nous faire seulement une synthèse ou nous donner une vue d'ensemble pour qu'on puisse vous poser des questions.

Mr. Jordan: Yes. Thank you, Madam Chair.

Basically, what has brought this to my attention and to the people in my riding is the loss of employment, especially at this time.

We are not fighting the health aspect of it. What we are fighting is that we have never been given anything in writing, any statistics, that would show us that it is worth 2,000 jobs in an area that is very scarce of jobs. These are high technical jobs that require high training and they pay very well. We are not about to see up to 1,900 or 2,000 people go on welfare or unemployment because of something that you are going to do more or less as a test.

You said earlier today that if we do it and the consumption of cigarettes drops, then it works. Let us be fair to these people. Let us get some real concrete evidence that this will work and that it is going to stop the young people from getting cigarettes or wanting the cigarettes.

I know if you came to us with good, straightforward evidence that this has been proven to work, it would change the whole aspect of the public. The public now feels that this is a political act that we are going through that you as members of Parliament do not have to question. Do we really have the evidence to go through with this legislation.

As a parent of five children, I am thankful that none of them at the present time smoke. But let's face it, they all tried it. A lot of it was peer pressure at school. As far as going to the drug store or the store to get cigarettes, they did not go to get a

[Translation]

Mesdames et messieurs, j'espère sincèrement qu'il se trompe. J'espère que vous vous attacherez véritablement à juger au mérite chacune des opinions qui sont portées à votre connaissance. Les avantages de l'emballage générique peuvent être réels ou pas. Personne d'entre nous ne le sait vraiment. Par contre, nous savons effectivement que votre décision pourrait avoir un effet dévastateur sur de vraies industries, de vrais emplois, de vraies collectivités et de vraies familles. Je vous invite à ne jamais l'oublier.

Merci.

M. W. Leo Jordan, député provincial (province d'Ontario): Merci, madame la présidente.

Moi aussi, j'ai envoyé un bref exposé sur les effets qu'aura cette mesure législative dans la circonscription de Lanark—Renfrew, que je représente. Je vous remercie de m'avoir donné l'occasion de me joindre à mon collègue, M. Runciman, pour l'exposé concernant les véritables effets de l'emballage générique.

Une politique qui est manifestement conçue pour réduire la consommation de cigarettes signifiera des épreuves pour beaucoup de gens. Les personnes qui perdront leur emploi en souffriront.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mr. Jordan, I am sorry for cutting you off, but as we have read the submissions you sent along, would it be possible to give us a summary only or to provide an overview so that we may ask questions.

M. Jordan: Oui. Merci, madame la présidente.

Fondamentalement, c'est la perte d'emplois, surtout à ce moment-ci, qui retient mon attention et celle des habitants de ma circonscription dans cette affaire.

Ce n'est pas pour l'aspect de la santé que nous nous battons. Nous nous battons parce qu'on ne nous a jamais rien donné par écrit, pas la moindre statistique, pour démontrer que cela vaut 2 000 emplois dans un secteur où les emplois sont déjà très rares. Il s'agit d'emplois très techniques exigeant une grande formation, et qui payent très bien. Nous n'allons pas voir jusqu'à 1 900 ou 2 000 personnes passer au bien-être ou au chômage pour quelque chose que vous faites plus ou moins à titre d'expérience.

Vous avez dit plus tôt aujourd'hui que si nous allons de l'avant et que la consommation de cigarettes diminue, c'est que cela marche. Soyons justes envers ces gens-là. Allons chercher des données concrètes réelles prouvant que cela marchera et que cela arrêtera les jeunes d'acheter des cigarettes ou d'en vouloir.

Si vous nous prouvez clairement que cela s'est révélé efficace, cela changerait tout aux yeux du public. Le public estime aujourd'hui que c'est une mesure politique que vous, députés, n'avez pas à remettre en question. Avons-nous vraiment les données nécessaires pour appuyer cette mesure?

Je suis père de cinq enfants, et je remercie le ciel qu'aucun d'entre eux ne fume à l'heure actuelle. Mais, soyons honnêtes, ils ont tous essayé. La grande raison, c'était pour faire comme les autres à l'école. Quant à la pharmacie ou au magasin du

[Texte]

red box or a blue box. From my own family and from the people in the 16 to 18-year-old age group that I have talked to in my riding, they did not go to buy a certain colour of box. They went specifically to get cigarettes because their friend had cigarettes. They had tried his and they liked them.

[Traduction]

coin, ce n'est pas pour la boîte rouge ou la boîte bleue qu'ils y allaient, mais pour les cigarettes. Les membres de ma famille et les 16 et 18 ans à qui j'ai parlé dans ma circonscription m'ont dit qu'il n'allait pas acheter un paquet d'une certaine couleur. Ils allaient chercher des cigarettes, parce que leur ami en avait. Ils avaient essayé les siennes et avaient trouvé cela de leur goût.

• 1040

I am also looking to read about something in the additives in tobacco. The cigarettes that I would smoke today, if I were to smoke a cigarette, are not the cigarettes that were there 20 years ago. I do not know what additives are in modern cigarette. I do not know what is in the paper in those cigarettes.

When you talk about them being addictive, what is it that is so addictive? Is it the tobacco itself or is it—

Ms Fry: Nicotine.

Mr. Jordan: We know about nicotine, but we do not know about the other additives.

Ms Fry: Nicotine is an addictive substance.

Mr. Jordan: I'm sorry, would you wait until I finish my presentation?

My concern is that this is an experiment. If it is successful, I hope we can try this experiment in some other way, in some isolated location or case, and do something positive by actually trying it in some area. Pick a store where most of the high school students go and try some plain packaging to see what happens. For God's sake, do not bring in this legislation and shut down this major part of the industry. That is my main concern.

Thank you very much, Madam Chair.

La présidente suppléante (Mme Picard): Monsieur de Savoye.

M. de Savoye: Messieurs, j'aimerais pour débuter reprendre les propos qui nous ont été livrés tout de suite au départ, à savoir: Est-ce que ce Comité a déjà son idée faite? Je ne peux pas parler au nom de tout le monde, je peux parler en mon nom personnel.

Quand je suis arrivé ici, mon objectif—and c'est toujours mon objectif—était d'évaluer d'abord l'impact de l'emballage banalisé sur la consommation. Est-ce qu'il y a vraiment une relation de cause à effet? Et je suis toujours à l'écoute des témoignages qui vont m'éclairer pour arriver à juger de cette situation. Je suis également à l'écoute des témoignages qui me signalent des effets possiblement pervers, des effets secondaires indésirables, comme par exemple les pertes d'emplois.

Puisque j'ai deux députés devant moi et un maire, vous allez sans doute comprendre la situation facilement parce que vous avez, vous aussi, siégé au sein de comités. Et je dois vous dire que depuis un moment les éléments nouveaux commencent à se faire rares. Entre autres, la compagnie Sherwood nous a fait une présentation de première classe, il y a quelques semaines. Je conçois que se soit tout à votre honneur, en tant que députés et en tant que maire, de venir vous assurer que ce

Je cherche aussi quelque chose à lire sur les additifs dans le tabac. Les cigarettes que je fumerais aujourd'hui, si je devais le faire, ne sont pas celles d'il y a 20 ans. J'ignore quels sont les additifs dans la cigarette moderne, ce que contient le papier de ces cigarettes.

Vous dites qu'elles sont toxicomanogènes. Est-ce le tabac même ou est-ce... .

Mme Fry: La nicotine.

Mr. Jordan: La nicotine oui, nous savons, mais nous ne savons rien des autres additifs.

Mme Fry: La nicotine est une substance toxicomanogène.

Mr. Jordan: Excusez-moi, voudriez-vous attendre la fin de mon exposé?

Ma crainte, c'est qu'il s'agit seulement d'une expérience. Si elle réussit, j'espère que nous pourrons la refaire d'une autre façon, dans quelque endroit ou cas isolé, et faire quelque chose de positif en faisant un essai réel dans un coin quelconque. Prenez un magasin que fréquentent la plupart des élèves du secondaire et essayez un emballage banalisé pour voir ce qui se passera. Pour l'amour de Dieu, n'allez pas adopter cette mesure et fermer cette partie importante de l'industrie. Voilà ma grande inquiétude.

Merci beaucoup, madame la présidente.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mr. de Savoye.

Mr. de Savoye: Gentlemen, to start with, I would like to pick up on what we heard right at the start, namely: Has the committee already made up its mind? I cannot speak for everyone, I can only speak for myself.

When I arrived here, my objective—and it is still my objective—was first to assess the impact of plain labelling on consumption. Is there an actual causal relationship? And I am still looking for evidence to shed light that will enable me to assess that situation. I am also looking for evidence that points to possibly perverse effects, undesirable side effects, such as job losses.

Since I have before me two MPPs and one mayor, you will readily understand the situation, for you have also sat on committees. And I must say that new evidence is becoming scarce. The Shorewood company, among others, made a first-class presentation some weeks ago. It is all very good of you, as MPPs and as mayor, to come here to ensure that this committee has understood Shorewood's argument. As far as I am concerned, I understood their argument very clearly. This is one

[Text]

Comité-ci a bien compris l'argumentation de Sherwood. Tant qu'à moi, je l'ai très bien comprise. Voici une de mes préoccupations, et sans doute que cela a transparu dans certaines questions qui ont été posées plus tôt ce matin: Comment pourrait-on rendre l'emballage banalisé suffisamment élaboré pour conserver les emplois de ceux qui sont touchés par les emballages ou par les encres et autres produits et sous-produits associés?

Je veux vous rassurer. Nous sommes ici pour être éclairés. Mais en même temps, nous sommes à la recherche de la valeur ajoutée de chaque témoignage et malheureusement, il y a souvent des redondances. Dans votre cas, est-ce qu'il y a quelque chose de particulier que vous pourriez amener comme valeur ajoutée, maintenant?

Mr. Runciman: I would like to respond, since I made the comment about the committee from my perspective appearing to have its mind made up. That was based essentially on what I heard from other witnesses who appeared before the committee who felt that way, and also from some media interviews.

I heard something on CBC. Ms Fry was one of the people who appeared on that show. This was at the outset of the hearings. It clearly indicated that some of the members, in any event, were not going into this process in a totally objective way. Perhaps I misinterpreted that. If that is the case I am glad to hear that.

I have no problem with the idea of generic packaging, even though its benefits are questionable, if indeed you can accomplish it and still preserve the job. If there is a way of doing that I personally have no problem with moving toward generic packaging.

This is another element. It falls within the provincial realm. Most of this seems to be focused on youth smoking.

• 1045

We know the health care costs associated with the consumption of alcohol. The purchase of alcohol products is controlled by law and is limited to people of certain ages; it's 18 in some provinces and 19 in ours. If the health care implications are significant and widespread—I think they are—and we want to deal with the problem of youth smoking, then it perhaps would be more effective to bring in legislation to prohibit the purchase of cigarettes by minors. They would be subject to the will of the courts, as with alcohol purchases.

Mr. de Savoye: If we do go as far as you say, then should an Ontario tobacco board be implemented?

Mr. Runciman: I don't know about a tobacco board. I'm a Conservative, so I'm not necessarily supportive of the idea of an expansion of the bureaucracy. Perhaps that's the sort of thing that should be considered as well if—I'm sure you are—we're genuinely and seriously concerned, at both levels of government, about youth becoming addicted to smoking.

Leo and I both feel there should be some way of accomplishing this and at the same time preserving those very important jobs we all want to see. I know both governments' political parties talk about the creation of jobs. These are jobs that are already created. They're good-paying jobs with people making solid contributions.

[Translation]

of my concerns, and that has undoubtedly transpired in certain questions that were put earlier this morning: How could one make plain packaging sufficiently elaborated to protect the jobs of those affected by the packaging or by the inks and other products and related by-products?

I want to reassure you. We are here to get clarification. But, at the same time, we are looking for value added in each testimony and, unfortunately, there are frequent redundancies. In your case, is there anything specific that you could bring up as value added, now?

M. Runciman: J'aimerais répondre, puisque c'est moi qui ai dit que le comité semble déjà avoir pris sa décision. Je m'appuyais essentiellement sur ce que j'ai entendu d'autres témoins qui avaient cette impression, et aussi à l'occasion d'entrevues données aux médias.

J'ai entendu quelque chose à Radio-Canada. Mme Fry était du nombre des personnes qui ont participé à cette émission. C'était au début des audiences. Il en ressortait clairement que certains des membres, de toute façon, n'abordaient pas ce processus dans la plus grande objectivité. J'ai peut-être mal interprété cela. Si tel est le cas, je suis heureux de l'entendre.

Je n'ai rien contre l'idée de l'emballage générique, même si les avantages en sont douteux, si vous pouvez effectivement l'appliquer sans détruire les emplois. S'il y a moyen de le faire, je n'ai personnellement rien contre la banalisation des emballages.

C'est un autre élément. C'est du ressort des provinces. L'essentiel de tout cela semble être axé sur la consommation de tabac chez les jeunes.

Nous connaissons les coûts de santé liés à la consommation d'alcool. La vente de produits alcooliques est régie par la loi et limitée aux personnes de certains âges: de 18 ans et plus dans certaines provinces, de 19 ans dans la nôtre. Si les conséquences pour les soins de santé sont importantes et généralisées—and je pense qu'elles le sont—and que nous voulons régler le problème du tabagisme chez les jeunes, il serait alors peut-être plus efficace de légiférer pour interdire l'achat de cigarettes par les mineurs. Ils seraient sujets à la volonté des tribunaux, comme pour les achats d'alcool.

M. de Savoye: Pour aller aussi loin que vous dites, faudrait-il créer une régie du tabac de l'Ontario?

Mr. Runciman: Je ne connais pas de régie du tabac. Étant conservateur, je n'aime pas nécessairement l'idée de grossir la bureaucratie. C'est peut-être le genre de choses qu'il faut envisager également si—and je suis sûr que c'est votre cas—les deux paliers de gouvernement s'intéressent vraiment et sérieusement à la possibilité que les jeunes s'accoutument au tabac.

Leo et moi estimons l'un et l'autre qu'il doit y avoir moyen d'y arriver tout en préservant ces emplois très importants auxquels nous tenons tous. Je sais que les partis politiques des deux gouvernements parlent de création d'emplois. Ce sont des emplois qui existent déjà. Ce sont des emplois payants, occupés par des gens qui font de solides contributions.

[Texte]

La présidente suppléante (Mme Picard): Je dois vous interrompre pour donner la parole au docteur Martin.

M. Martin: Merci, madame la présidente.

First, Mr. Jordan, tobacco is addictive. It does contain carcinogenic materials and it kills. That fact is as well known as the fact that the earth isn't flat.

Cigarettes have to be packaged. The companies in your riding do things other than packaging cigarettes. Is that not true?

Mr. Jordan: Not to any extent. It's 90% of the operation. Without that market, that plant would not be feasible to operate economically or in any other way. In fact, these plants at Shorewood Packaging in Brockville and Smiths Falls handle 65% of Canada, I believe.

I'm not questioning whether tobacco is addictive. I'm just saying the raw tobacco—if I can refer to it in that way—without the additives, flavours, and so on, is not quite as tasty as what the manufacturers are able to do with cigarettes. Different brands have different tastes.

Mr. Martin: But that's not what they sell; they just sell the packaged thing, if I may interrupt you. Cigarettes will still have to be packaged in plain packaging if that's what this committee decides is what we'd like to push for. Why can't Shorewood package these cigarettes in plain packages?

Mr. Jordan: Oh, they could very well, but the design, art work, and technology required to do the present type of packaging is where the employment is. As far as the manufacturer goes, he's probably going to get a much cheaper package. The plant that's geared up now with all these technical requirements wouldn't be feasible for producing plain packaging.

Mr. Martin: That's what they claimed when they came here. Do you know why they can't just go back a step and have a simpler packaging process? While they do have high-tech equipment there for the colours and such, can't they just go back one step and make plain packaging?

Mr. Runciman: Sure they could, but they wouldn't require the number of employees and it simply wouldn't justify the continuation of that plant. I think there are eight press runs of different colours, specialty inks, and so on, that simply would not be required for a plain black and white package.

Mr. Martin: Do they actually know how many people they would lose?

Mr. Runciman: They'd lose the plant; they've made that pretty clear.

A voice: It's about 188.

Mr. Runciman: You could make a black and white package on an ordinary offset press.

Mrs. Ur: I, too, want to reiterate Mr. de Savoye's statement as to our minds being made up. If that's so, then I'm surprised you're here making a presentation on their behalf. It's a waste of your time. Being in government, I'm sure you have—

[Traduction]

The Acting Chair (Mrs. Picard): I must cut you off to give the floor to Dr. Martin.

Mr. Martin: Thank you, Madam Chair.

Tout d'abord, monsieur Jordan, le tabac est toxicomanogène. Il contient des substances carcinogènes et il tue. C'est un fait aussi bien connu que le fait que la terre n'est pas plate.

Les cigarettes doivent être emballées. Les entreprises de votre circonscription font autre chose que d'emballer des cigarettes, n'est-ce pas?

Mr. Jordan: Pas pour la peine. L'emballage représente 90 p. 100 de leur activité. Sans ce marché, l'usine ne saurait être rentable et ne pourrait fonctionner. De fait, ces usines, à la Shorewood Packaging de Brockville et à Smiths Falls, ont 65 p. 100 du marché canadien, sauf erreur.

Je ne conteste pas que le tabac soit toxicomanogène. Je dis tout simplement que le tabac brut—si je peux l'appeler ainsi—sans les additifs, les arômes, et ainsi de suite, n'a pas aussi bon goût que ce que les fabricants arrivent à faire avec les cigarettes. Différentes marques ont différents goûts.

Mr. Martin: Mais ce n'est pas ce qu'elles vendent; elles ne vendent que le produit emballé, si je puis vous interrompre. Il faudra encore emballer les cigarettes dans un emballage banalisé si c'est ce que le comité décide qu'il faut. Pourquoi la Shorewood ne peut-elle banaliser l'emballage de ces cigarettes?

Mr. Jordan: Oh, elle le pourrait très bien, mais c'est dans la conception, le graphisme, et la technologie qu'il faut pour réaliser le type d'emballage actuel que se trouve l'emploi. Quant au fabricant, il va probablement avoir un paquet beaucoup moins cher. L'usine qui est installée pour répondre à toutes ces exigences techniques ne serait pas en mesure de produire des emballages banalisés.

Mr. Martin: C'est ce que ses porte-parole nous ont dit. Savez-vous pourquoi elles ne peuvent pas reculer d'un pas et simplifier le processus d'emballage? Puisqu'elles ont le matériel de pointe pour les couleurs et le reste, ne pourraient-elles pas reculer d'un pas et banaliser les emballages?

Mr. Runciman: Bien sûr qu'elles le pourraient, mais elles n'auraient plus besoin du même nombre d'employés et cela ne justifierait pas le maintien en exploitation de l'usine. Je pense qu'il y a huit tirages de différentes couleurs, avec des encres spécialisées, et ainsi de suite, dont on n'aurait tout simplement plus besoin pour un emballage banalisé en noir et blanc.

Mr. Martin: Savent-elles effectivement combien de monde elles perdraient?

Mr. Runciman: Elles perdraient l'usine; ses porte-parole l'ont bien dit.

Une voix: Environ 188 emplois.

Mr. Runciman: Vous pourriez produire un emballage en noir et blanc sur une presse offset ordinaire.

Mme Ur: Moi aussi je voudrais, comme M. de Savoye, affirmer que notre décision n'est pas prise. Si elle l'est, alors je suis surprise de vous voir ici faire un exposé en leur nom. Vous perdez votre temps. Étant au gouvernement, vous avez sûrement...

[Text]

Mr. Runciman: I don't think it's a waste of our time to put our constituents' concerns on the record.

[Translation]

M. Runciman: Nous ne perdons pas notre temps en défendant les intérêts de nos commettants.

• 1050

Mrs. Ur: If our minds are already made up, according to previous witnesses—

Mr. Runciman: At least we've done what we're supposed to do. We've told you their concerns. If you don't want to listen to them, that's your business.

Mrs. Ur: That statement I do not agree with. The companies that you are representing within your own ridings—

Mr. Runciman: We're representing the people in our ridings, not companies.

Mrs. Ur: The companies were in your statements.

Mr. Runciman: Let's be specific.

Mrs. Ur: Your companies make enormous contributions to the communities.

Mr. Runciman: They do.

Mrs. Ur: I can see the dollar values. What is the consideration given to health in the community regarding the companies as well?

Mr. Jordan: Very high.

Mrs. Ur: With the different methods and the high technology within these companies, why would they not be more diversified in their packaging? Is it dollars that relate more to cigarette packaging rather than to food or cosmetic packaging? Are there more dollars regarding tobacco packaging? Is that why they've gone in that direction? I realize you're not representing a company.

Mr. Runciman: I don't think we're qualified. This is a niche market and it's one that they've developed over a period of years with very high-tech printing presses and high-tech speciality inks. It's a very unique kind of operation, not like the usual printing plants that you and I may have in our ridings in which you can have an offset press and produce this sort of thing or that sort of thing.

Mrs. Ur: Should we find that plain packaging is deterring people from smoking, would you support it, yes or no?

Mr. Runciman: If there's clear evidence in a significant way, yes.

Mr. Scott: Further to Mrs. Ur's questions, in other words in the exercise that we're going through, if we were to become convinced and if there were pretty good evidence that there would be a reduction in consumption, would you do this despite the loss of jobs in your constituencies?

Mr. Runciman: I would think that it would be the responsibility of any government that cared about people to find some way of dealing with that matter as well. The Liberal government was elected on the promise of creating a significant number of new jobs in this country, so I can't see where it could simply dismiss out of hand close to 2,000 jobs in the province of Ontario and close to 500 in eastern Ontario, which, according to the figures a few years ago, had the highest poverty levels in Ontario.

Mme Ur: Si nous avons déjà pris notre décision, comme l'ont dit d'autres témoins . . .

M. Runciman: Au moins, nous avons fait ce que nous sommes censés faire. Nous vous avons mis au courant de leurs inquiétudes. Si vous ne voulez pas les écouter, libre à vous.

Mme Ur: Je ne suis pas d'accord là-dessus. Les entreprises que vous représentez dans vos circonscriptions . . .

M. Runciman: Nous représentons la population de nos circonscriptions, pas des entreprises.

Mme Ur: Vous avez parlé des entreprises dans vos déclarations.

M. Runciman: Soyons précis.

Mme Ur: Vos entreprises font d'énormes contributions aux collectivités.

M. Runciman: En effet.

Mme Ur: Je peux voir les valeurs en dollars. Quelle place fait-on à la santé dans la collectivité dans le cas des entreprises également?

Mr. Jordan: Une très grande.

Mme Ur: Avec les différentes méthodes et la technologie de pointe dont elles disposent, pourquoi ces entreprises ne diversifient-elles pas davantage leurs emballages? S'agit-il de dollars qui se rattachent davantage à l'emballage de cigarettes qu'à l'emballage d'aliments ou de produits de beauté? Y a-t-il plus d'argent dans l'emballage des produits du tabac? Est-ce pour cela qu'elles ont pris cette orientation? Je sais que vous ne représentez pas une entreprise.

M. Runciman: Nous ne sommes pas qualifiés. C'est un marché de créneau, qu'elles ont mis des années à acquérir, avec des presses très évoluées et des encres spécialisées qui sont à la fine pointe de la technologie. C'est une exploitation très particulière, différente des imprimeries traditionnelles que nous avons peut-être, vous et moi, dans nos circonscriptions, une exploitation qui permet de produire telle ou telle chose avec une presse offset.

Mme Ur: Si nous devions constater que l'emballage banalisé diminue le tabagisme, l'appuieriez-vous, oui ou non?

M. Runciman: Si la preuve est claire et nette, oui.

M. Scott: Suite aux questions de Mme Ur, autrement dit, dans l'exercice que nous faisons, si nous devions acquérir la conviction très nette que la consommation diminuerait, le feriez-vous malgré la perte d'emplois dans vos circonscriptions?

M. Runciman: Il incomberait à tout gouvernement ayant à cœur les intérêts de la population de trouver moyen de régler ce problème également. Le gouvernement libéral s'est fait élire sur la promesse de créer un nombre considérable de nouveaux emplois au Canada, et je n'arrive pas à voir comment il peut, du revers de la main, éliminer près de 2 000 emplois en Ontario et près de 500 dans l'Est de l'Ontario, où, selon les chiffres d'il y a quelques années, les niveaux de pauvreté étaient les plus élevés de la province.

[Texte]

I don't think you can dismiss that out of hand, and I would assume that on that basis you would have some kind of an alternative for these kinds of people.

Mr. Scott: I've not seen any evidence of this committee or this government or any of the people who have appeared before this committee dismissing these jobs out of hand. I think we've spent a lot of time asking questions and considering the impact in terms of those jobs. However, there are some opportunities that exist here.

In the event, for instance, that we could accommodate our desire to see tobacco consumption decreased and, at the same time, particularly in the area of the printing and packaging, see the people and employees you represent here accommodated, I think we would have a win-win situation, and there are some possibilities.

Mr. de Savoye has alluded to the kind of packaging that might be a part of this exercise. In the event that could be accomplished, I assume you would support a generic package if we could do that in a fashion that would accommodate your concerns.

Mr. Runciman: Absolutely. I've been a long-time fighter against smokers and smoking and I have a clear record of that in my years in municipal government and the provincial government, so I feel very strongly in that respect. I think it could be win-win and I hope that's the way you will approach it.

Mr. Scott: You have quoted an employee who smokes and said he bought this brand because of the taste and not the colour or design of the package. If that's the case, why do these companies do that? I presume they spend a lot of money doing research.

Mr. Runciman: That must have been Mr. Jordan.

Mr. Scott: Mr. Jordan, in your opinion why would these companies spend the millions and millions of dollars they do experimenting with different brands and so on if, as you suggest, common sense reality supports that gentleman's statement?

Mr. Jordan: What I'm finding out is that regarding du Maurier in red and Export "A" and Player's in blue and green, or whatever colours they use, at the high schools with some of the kids it is the thing to do to have a green package...your sleeve rolled up and a pack stuck in there to be part of the crowd.

• 1055

Then there are debates about why you are smoking du Maurier or Player's. It's after they're introduced to the product that they start. This is what I'm finding out. I'd like maybe the mayor to comment here because he runs a business in Smiths Falls and he's in contact very much with the youth, and he's very active in sports.

Mr. Laurence Lee (Mayor, City of Smiths Falls): My concern is certainly not only with the wages and taxes that will be lost, but with health. Right now it's unlawful to purchase cigarettes under the age of 18 in my business or any other business in Ontario.

La présidente suppléante (Mme Picard): Je suis désolée, mais nous en sommes à la période des questions. Et je dois passer la parole au docteur Pagtakhan. Je dois dire que vous n'étiez pas sur notre liste pour le témoignage.

[Traduction]

Vous ne pouvez pas les écarter du revers de la main, et je suppose que vous auriez donc une solution de rechange pour ces gens-là.

M. Scott: Je n'ai rien vu qui me porte à croire que le comité, le gouvernement, ou les gens qui ont comparu devant le comité écartent ces emplois du revers de la main. Nous avons mis pas mal de temps à poser des questions et à peser les incidences sur ces emplois. Cependant, il y a des possibilités de ce côté-là.

S'il arrivait, par exemple, que nous puissions concilier notre désir de voir diminuer la consommation de tabac tout en protégeant—particulièrement dans le domaine de l'impression et de l'emballage—les emplois des personnes et des employés que vous représentez ici, je pense que tout le monde en sortirait gagnant. Et il y a des possibilités.

Mr. de Savoye a fait allusion au genre d'emballage qui pourrait s'inscrire dans cet exercice. Si cela pouvait se faire, je suppose que vous seriez en faveur de la banalisation des emballages, si nous pouvions trouver moyen d'apaiser vos craintes.

M. Runciman: Absolument. Il y a longtemps que je me bats contre les fumeurs et contre le tabagisme, comme en témoignent clairement mes antécédents à l'administration municipale et au gouvernement provincial, de sorte que j'ai des idées bien arrêtées à ce sujet. Je pense que tout le monde en sortirait gagnant et j'espère que c'est l'approche que vous prendrez.

M. Scott: Vous avez cité un employé fumeur qui dit avoir acheté cette marque pour son goût et non pas pour la couleur ou la conception du paquet. Alors pourquoi ces entreprises font-elles ce qu'elles font? Elles doivent consacrer beaucoup d'argent à la recherche.

M. Runciman: Cela doit être M. Jordan.

M. Scott: Monsieur Jordan, à votre avis, pourquoi ces entreprises dépenseraient-elles des millions et des millions de dollars, comme elles le font, à faire l'expérience de différentes marques, etc. si, comme vous le dites, le gros bon sens donne raison à ce monsieur?

M. Jordan: Selon mes constatations, dans le cas de du Maurier en rouge et d'Export «A» et de Player's en bleu et en vert, quelles que soient les couleurs, à l'école secondaire, il importe pour certains élèves d'avoir son paquet vert... les manches roulées et un paquet de cigarettes sous la manche, pour faire partie de la bande.

Ensuite ils débattent de leurs préférences pour les du Maurier ou les Player's. C'est après avoir été initiés au produit qu'ils commencent. C'est ce que j'observe. Le maire aurait peut-être un commentaire à faire ici, car il exploite une entreprise à Smiths Falls et il a de nombreux contacts avec les jeunes. Il est très actif dans les sports.

M. Laurence Lee (maire, ville de Smiths Falls): Je ne pense certainement pas seulement aux salaires et aux taxes qui seront perdus, mais à la santé. Actuellement, il est illégal d'acheter des cigarettes quand on a moins de 18 ans dans mon entreprise et partout ailleurs en Ontario.

The Acting Chair (Mrs. Picard): I am sorry, but we are at question period. And I must recognize Dr. Pagtakhan. I should say that you were not on our list of witnesses.

[Text]

Mr. Lee: I was contacted by Mr. Jordan yesterday to find out if I could accompany him to this hearing today, to see if I could work it into my schedule.

La présidente suppléante (Mme Picard): Vous pouvez l'accompagner comme observateur mais les exposés sont terminés, et nous en sommes à la période des questions.

Mr. Lee: If I could make one observation, I'll be very brief.

There is no proof or fact that plain packaging is going to slow up anybody buying cigarettes. There is proof that if this goes through, my municipality is going to lose \$8 million in wages and \$220,000 in taxes. That \$220,000 represents 4% of our total budget.

If you could give me proof that this is going to work, I would go along with you, because I am certainly interested in the health and welfare... There is no proof out there. The only proof I see is the loss of jobs in my community.

Mr. Pagtakhan: I'm certainly very delighted that each of you has agreed that if proof were presented as to the efficacy of plain packaging in reducing the consumption of cigarettes, you would then support that move. I would just like to summarize that thought very clearly. I think you're all in agreement. I thank you for that.

I would like to ask my colleague on the provincial level, Mr. Runciman, what is the population of your Leeds—Grenville riding?

Mr. Runciman: I think it's around 90,000.

Mr. Pagtakhan: The equivalent of slightly under half of your riding dies each year from smoking. That is definitely a very devastating statistic, you will agree.

Mr. Runciman: Absolutely.

Mr. Pagtakhan: You spoke of the real industries, the real jobs, the real communities and the real families. I could surmise that you equally—I can sense it in all of you and I thank you for that—sense the real suffering among smokers. Am I right?

Mr. Runciman: You're right.

Mr. Pagtakhan: Mr. Jordan?

Mr. Jordan: Yes.

Mr. Pagtakhan: Mr. Lee?

Mr. Lee: I agree.

Mr. Pagtakhan: Can I also assume that you would not like your daughters and sons to start smoking?

Mr. Runciman: Ask us something meaningful, please. I know where you're going on this. The bottom line is whether you can show some real evidence that this is going to have an impact. That's what we're talking about in terms of reality.

La présidente suppléante (Mme Picard): Nous en sommes à la période des questions. J'aimerais qu'on pose sa question, et que chaque question reçoive sa réponse. Nous ne sommes pas censés faire des échanges comme cela.

Mr. Pagtakhan: I assure you that when I pose any question it is with a gravity of meaning. If life has no meaning, then I do not know what has meaning. When I ask about human life, the threat to human life, I think you will agree with me that it has the utmost of meaning. Therefore when I ask you in all sincerity if would you advise your sons and daughters not to smoke, I would be happy to hear that.

[Translation]

Mr. Lee: M. Jordan a communiqué avec moi hier pour savoir si je pourrais l'accompagner à cette audience aujourd'hui, pour voir si je pourrais trouver une place à mon emploi du temps.

The Acting Chair (Mrs. Picard): You may accompany him as an observer, but the presentations are over, and we are at question period.

Mr. Lee: Si vous me permettez une observation, je serai très bref.

Il n'est pas prouvé que la banalisation des emballages va .ralentir la consommation de cigarettes chez qui que ce soit. Mais il est prouvé que l'adoption de cette mesure fera perdre à ma municipalité 8 millions de dollars de salaires et 220 000\$ de taxes. Ces 220 000\$ représentent 4 p. 100 de notre budget total.

Si vous pouviez me prouver que cela marchera, j'en serai, car je suis certes intéressé à la santé et au bien-être... Il n'y a aucune preuve. La seule preuve que je vois, c'est la perte d'emplois dans ma collectivité.

Mr. Pagtakhan: Je suis enchanté de voir que chacun d'entre vous est convenu d'appuyer cette initiative si l'on prouve l'efficacité de l'emballage banalisé comme moyen de réduire le tabagisme. J'aimerais résumer cette pensée très clairement. Je pense que vous êtes tous d'accord. Je vous en remercie.

Je demanderais à mon collègue du niveau provincial, M. Runciman, quelle est la population de sa circonscription de Leeds—Grenville?

Mr. Runciman: Environ 90 000.

Mr. Pagtakhan: L'équivalent d'un peu moins de la moitié de votre circonscription meurt chaque année du tabagisme. C'est une statistique absolument dévastatrice, vous en conviendrez.

Mr. Runciman: Absolument.

Mr. Pagtakhan: Vous avez parlé des vraies industries, des vrais emplois, des vraies collectivités et des vraies familles. Je suppose que vous sentez également—je la sens chez vous tous et je vous en remercie—la vraie souffrance chez les fumeurs. Ai-je raison?

Mr. Runciman: Vous avez raison.

Mr. Pagtakhan: Monsieur Jordan?

Mr. Jordan: Oui.

Mr. Pagtakhan: Monsieur Lee?

Mr. Lee: Je suis d'accord.

Mr. Pagtakhan: Est-ce que je peux supposer également que vous n'aimeriez pas voir vos filles et vos fils se mettre à fumer?

Mr. Runciman: Posez-nous des questions qui veulent dire quelque chose, s'il vous plaît. Je vous vois bien venir. L'essentiel, c'est de savoir si vous pouvez prouver vraiment que cela aura une incidence. C'est de cette réalité que nous parlons.

The Acting Chair (Mrs. Picard): We are at question period. I would like questions to be asked, and each question answered. We are not supposed to have exchanges like that.

Mr. Pagtakhan: Lorsque je pose une question, je vous assure qu'elle est lourde de signification. Si la vie ne signifie rien, j'ignore ce qui signifie quelque chose. Lorsque je pose une question sur la vie humaine, sur la menace à la vie humaine, elle veut dire beaucoup, je pense que vous en conviendrez. Par conséquent, lorsque je vous demande, en toute sincérité, si vous conseillerez à vos fils et à vos filles de ne pas fumer, j'aimerais bien entendre votre réponse.

[Texte]

I suppose that would be your advice, Mr. Runciman?

[Traduction]

Je suppose que c'est le conseil que vous leur donneriez, monsieur Runciman?

• 1100

Mr. Runciman: Of course. I said that earlier. I have a record in respect of this matter for many years.

Mr. Jordan: I'm strongly in favour of educating the youth to the degree that they understand all about the problems with smoking. Only through education, and not legislation, are we going to handle this situation. It's going to be through education. We could even start it in the day care centres by showing videos and so on of small children and parents and showing what has happened to the parents through the use of tobacco.

There are many ways we can educate the people. I know in my community the neighbours and the boys and girls who chummed around with my family. I would say 90% of them are not smoking and it's because it was well discussed and well explained. I smoked for a number of years.

Mr. Pagtakhan: Would you agree that part of the education message has to be knowing that smoking is addictive, knowing that smoking causes cancer in various organs of the human body, that we have an obligation to spread that message, including the message not to smoke?

Mr. Jordan: Absolutely. However, you just shut down the industry for three months to retool its equipment. My people were out of work for three months so the company could put on the message that you wanted on the cigarette box saying that smoking will kill you. That's been done and they're just ready now to put them on the market.

Mr. Pagtakhan: I assure you I will take into account submissions you had about the potential impact that plain packaging may have on jobs. That is now evidence before this committee. That will be analysed, sifted, and taken into account. If I can speak for all my colleagues, that will be taken into account when we make considerations. I assure you of that.

I would just like to say that I don't think plain packaging is a form of coercion, but an extension of the education approach.

Ms Fry: I'm really pleased that all of you gentlemen said today that your aim is to improve the health of the people in your communities. In doing so you understand that we seem to have a common goal in the long run to eliminate tobacco as a product.

Having said that, if that is also your goal, then you should know that eventually companies—

Mr. Jordan: That's the key word, eventually.

Ms Fry: —will have to stop making their packaging and their product.

You just said that you have spent some time retooling so that you could put the messages on the package. It is not my understanding that we're talking about removing the messages. Those will still be there. That will still be something that you have retooled and it will continue to happen. We are talking about plain packaging.

M. Runciman: Bien sûr. Je l'ai dit tantôt. Je suis bien connu pour cela depuis de nombreuses années.

M. Jordan: Je suis vigoureusement en faveur d'éduquer les jeunes pour les sensibiliser à tous les problèmes du tabagisme. Ce n'est pas par l'éducation, et non pas par la loi, que nous allons régler ce problème. C'est par l'éducation. Nous pourrions même commencer dans les garderies, en présentant des vidéos, notamment, de tout-petits et de parents, pour montrer ce que l'usage du tabac a fait aux parents.

Il y a bien des façons d'éduquer les gens. Je connais dans mon milieu les voisins et les garçons et filles qui sont les amis de ma famille. Je dirais que 90 p. 100 d'entre eux ne fument pas et c'est parce que la question a été bien discutée et bien expliquée. J'ai fumé pendant des années.

M. Pagtakhan: Conviendriez-vous qu'une partie du message d'éducation consiste à faire comprendre que le tabac est toxicomogène, à faire comprendre que le tabac cause le cancer dans divers organes du corps humain, que nous avons l'obligation de répandre ce message, y compris le message de ne pas fumer?

M. Jordan: Absolument. Cependant, vous venez de fermer l'industrie pour trois mois pour lui permettre de se réoutiller. Mon monde a passé trois mois sans travail, pour que l'entreprise puisse imprimer le message que vous vouliez sur le paquet de cigarettes pour dire que la cigarette tue. C'est fait, et ils sont maintenant presque prêts à les mettre sur le marché.

M. Pagtakhan: Je vous assure que je tiendrai compte des instances que vous avez présentées au sujet des incidences éventuelles que la banalisation de l'emballage peut avoir sur les emplois. Cela fait désormais partie de la preuve dont le comité est saisi. Ce sera analysé, filtré, et pris en compte. Si je peux parler pour l'ensemble de mes collègues, il en sera tenu compte lorsque nous ferons nos considérations. Je vous l'assure.

La banalisation de l'emballage n'est pas une forme de coercition, mais plutôt le prolongement de la démarche de sensibilisation.

Mme Fry: Je suis vraiment heureuse de vous avoir tous entendu dire aujourd'hui, messieurs, que votre souci est l'amélioration de la santé de la population de vos collectivités. Ce faisant, vous comprenez que nous semblons partager l'objectif à long terme d'éliminer le tabac comme produit.

Cela dit, si tel est également votre objectif, alors vous devriez savoir qu'un jour les entreprises... .

M. Jordan: Voilà le mot clé, un jour.

Mme Fry: ... devront cesser de fabriquer leurs emballages et leur produit.

Vous venez de dire que vous avez eue une période de réoutillage, pour vous permettre d'imprimer les messages sur les paquets. Je n'ai pas compris qu'il est question de retirer ces messages. Ils y resteront. Ce sera encore une chose pour laquelle vous vous êtes réoutillés et cela restera. Nous parlons d'emballage banalisé.

[Text]

I would to make a side remark to Mr. Runciman when he said he heard me on CBC. I make absolutely no bones about the fact that as parliamentary secretary for health and as a physician my eventual objective is to eliminate tobacco as a product because of its danger to health. Eventually I hope to do that. I did say that I have some things to learn that I may not have heard before in my role as a physician, and I intend to listen. I have heard some important things from the people who manufacture the actual packages and whose jobs come from making the packages, and it's very important information I didn't have before. Believe me, I am factoring that in.

Given that you know eventually there will be no more tobacco packages being made if we succeed in all of the goals that we have, what have you been doing in your community to create a new industry to replace this one? Have you been taking steps?

Mr. Runciman: Off the top, that's pie in the sky with respect to—

Ms Fry: I certainly hope not.

Mr. Runciman: I hope not as well. I share your hope.

La présidente suppléante (Mme Picard): Je m'excuse et je suis désolée, mais je n'accepterai plus qu'on fasse de l'interaction comme ça. J'aimerais qu'on pose des questions brèves, claires et qu'on réponde à ces questions.

Mr. Runciman: We're working very vigorously with our communities and the economic development corporations to try to attract new industries. I'm sure you know that Ontario is in tough economic times right now. We have almost 20% of our population on some form of social assistance. Jobs are scarce, so the whole question of closing down in our ridings over 400 jobs in an offhand way... With all due respect to the committee, that's the way it has appeared up to this point—to the people in my riding, in any event, and in Leo's as well. So we're doing what we can as provincial members.

[Translation]

J'aurais une petite remarque à faire à M. Runciman, qui dit m'avoir entendue à Radio-Canada. Je ne cache absolument pas le fait qu'à titre de secrétaire parlementaire pour la Santé et de médecin, j'espère arriver à éliminer le tabac comme produit à cause du danger qu'il présente pour la santé. J'espère bien y arriver un jour. J'ai certaines choses à apprendre que je n'ai peut-être pas entendues auparavant dans mon rôle de médecin, et j'ai l'intention d'écouter. J'ai entendu certaines choses importantes de la part des personnes qui fabriquent les paquets mêmes et dont l'emploi consiste à fabriquer ces paquets, et ce sont des renseignements très importants que je n'avais pas avant. Croyez-moi, j'en tiens compte.

Sachant qu'un jour il ne se fabriquera plus d'emballages de tabac si nous atteignons tous nos objectifs, qu'avez-vous fait dans votre collectivité pour créer une nouvelle industrie pour remplacer celle-ci? Avez-vous pris des mesures?

M. Runciman: À brûle-pourpoint, c'est rêver en couleur...

Mme Fry: J'espère bien que non.

M. Runciman: J'espère que non également. Je partage votre espoir.

The Acting Chair (Mrs. Picard): I am sorry, but I will not tolerate further interaction like that. I would like brief and clear questions asked and those questions answered.

M. Runciman: Nous travaillons très fort avec nos collectivités et avec les sociétés de développement économique à attirer de nouvelles industries. Vous savez sans doute que la conjoncture économique de l'Ontario est difficile à l'heure actuelle. Près de 20 p. 100 de notre population touche une forme quelconque d'aide sociale. Les emplois sont rares, de sorte que toute la question d'éliminer plus de 400 emplois du revers de la main dans nos circonscriptions... avec tout le respect qui est dû à votre comité, c'est l'impression qu'on a eue jusqu'ici—c'est l'impression qu'ont eue mes commettants en tout cas, et ceux de Leo également. Nous faisons ce que nous pouvons comme députés provinciaux.

• 1105

Ms Fry: I think you've answered my question, Mr. Runciman. You are doing things to change the product to help your people to further economic development. Thank you.

Mr. Runciman: As any member would do.

Mr. Szabo: Mr. Runciman, the second paragraph on page three of your presentation says:

It would be sheer lunacy to sacrifice them

—those being your jobs—

on the altar of political expediency as nothing less than a sop to special interests.

What special interests are you talking about?

Mme Fry: Je pense que vous avez répondu à ma question, monsieur Runciman. Vous faites quelque chose pour changer de produit afin d'aider votre monde à promouvoir le développement économique. Merci.

M. Runciman: Comme le ferait n'importe quel député.

M. Szabo: Monsieur Runciman, on lit au deuxième paragraphe de la page trois de votre exposé:

Il serait tout à fait absurde de les sacrifier...

il s'agit de vos emplois...

sur l'autel de l'urgence politique uniquement pour satisfaire des intérêts très particuliers.

De quels intérêts particuliers voulez-vous parler?

[Texte]

Mr. Runciman: I won't be specific in terms of naming special interests. I'm talking about the people who have been very upset about the government's decision to reduce taxation on cigarettes and what they see as the negative consequences of that. We know that we have lobby groups—we have them at the provincial level—who represent people who are opposed to smoking, etc. Those are the kinds of interests who've been—

Mr. Szabo: Can you name one special interest?

Mr. Runciman: There's one called Non-Smokers' Rights, or something like that. I forget the name of the organization. I can't think of the individual's name, in any event. I know that they've appeared before you.

Mr. Szabo: But what are they? Who are they? Who are their members? Whom are they representing?

Mr. Jordan: A minority.

Mr. Runciman: I have no idea of whom they're representing.

Mr. Szabo: It's really the people of Canada, isn't it?

Mr. Runciman: Oh, I don't think so.

Ms Fry: I think they're representing—

Mr. Szabo: That's dangerous.

Mr. Runciman: I don't think they've been knocking on my door.

Mr. Szabo: They represent you, too.

Mr. Jordan: No, they were never at my place.

Mr. Szabo: You said that you want to stop smoking. They were here representing you.

Mr. Jordan: No.

Mr. Szabo: So you don't—

Mr. Jordan: I don't need them to represent me. Sorry.

Mr. Lee: We certainly weren't consulted. Are you telling me that somebody's going to represent me without letting me know that I'm being represented?

Mr. Szabo: The Canadian Cancer Society.

Mr. Lee: I contribute to that, certainly, and I go along with what they're doing.

Mr. Szabo: So you support their objectives, and they've been here to tell us and they were representing... So you're saying that the Canadian Cancer Society is a special interest group?

Mr. Jordan: I think we're on two different subjects here.

Mr. Szabo: No. I'm sorry; we're not.

La présidente suppléante (Mme Picard): Je suis désolée. Je vous remercie messieurs, de nous avoir informés et de nous avoir donné vos commentaires. Merci et bonne fin de journée.

Mr. Runciman: Thank you very much.

Mr. Jordan: Thank you very much for receiving us.

Mr. Lee: Thank you.

[Traduction]

M. Runciman: Je n'irai pas jusqu'à les nommer. Je parle des gens qui ont été très troublés par la décision du gouvernement de réduire la taxe sur les cigarettes et des conséquences négatives qu'ils y voient. Nous avons des groupes de pression—nous les avons au niveau provincial—qui représentent les adversaires de l'usage du tabac, etc. Ce sont les genres d'intérêts qui ont...

M. Szabo: Pouvez-vous en nommer un en particulier?

M. Runciman: Il y en a un qui s'appelle Droits des non-fumeurs, ou quelque chose du genre. J'oublie son nom. Et je ne me rappelle pas le nom de la personne, de toute façon. Je sais qu'ils ont comparu devant vous.

M. Szabo: Mais que sont-ils? Qui sont-ils? Qui sont leurs membres? Qui représentent-ils?

M. Jordan: Une minorité.

M. Runciman: Je n'ai pas la moindre idée de qui ils représentent.

M. Szabo: C'est la population du Canada, n'est-ce pas?

M. Runciman: Ah, je ne pense pas.

Mme Fry: Je pense qu'ils représentent...

M. Szabo: C'est dangereux.

M. Runciman: Ils ne sont pas venus frapper à ma porte.

M. Szabo: Ils vous représentent, aussi.

M. Jordan: Non, ils ne sont jamais venus chez moi.

M. Szabo: Vous avez dit que vous voulez cesser de fumer. Ils étaient ici pour vous représenter.

M. Jordan: Non.

M. Szabo: Donc, vous...

M. Jordan: Je n'ai pas besoin d'eux pour me représenter. Désolé.

Mr. Lee: Nous n'avons certainement pas été consultés. Êtes-vous en train de me dire que quelqu'un va me représenter sans que j'en sache quoi ce soit?

M. Szabo: La Société canadienne du cancer.

Mr. Lee: J'y contribue, certes, et je suis d'accord sur ce qu'elle fait.

M. Szabo: Donc, vous appuyez ses objectifs, elle qui est venue nous dire et qui représentait... Vous dites que la Société canadienne du cancer est un groupe d'intérêt spécial?

M. Jordan: Nous parlons de deux choses différentes ici.

M. Szabo: Non, excusez-moi; ce n'est pas le cas.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Sorry. Thank you, gentlemen, for informing us and providing us with your comments. Thank you and have a nice day.

M. Runciman: Merci beaucoup.

M. Jordan: Merci beaucoup de nous avoir reçus.

M. Lee: Merci.

[Text]

Mr. Jordan: I invite you to come to Smiths Falls, though. I would like to show you the plant and the technology there.

[Translation]

M. Jordan: Je vous invite à venir à Smiths Falls, quand même. J'aimerais vous montrer notre usine et notre technologie.

• 1109

• 1110

La présidente suppléante (Mme Picard): S'il vous plaît!

J'aimerais souhaiter la bienvenue à messieurs Gould et Brett qui sont de l'Institut canadien des brevets et marques. Nous vous écouteons.

Mr. Robert D. Gould (Honorary Treasurer, Patent and Trademark Institute of Canada): Thank you, Madam Chair, and thank you for having invited our institute to make submissions.

The Patent and Trademark Institute of Canada is about 75 years old. We have 1,000 members across Canada and our members are trademark owners, trademark professionals who are employed by trademark owners, and trademark professionals who work in the profession as agents and attorneys. Our members range from cigarette companies to soft drink companies to the Canadian Lung Association and the Canadian Cancer Society, all of whom own trademarks in Canada.

The institute wants to make it clear that we are not making submissions on tobacco. We are making submissions on trademarks and the proposal to eliminate certain trademarks from packaging.

I did some grocery shopping, and it seems from having listened to some of the submissions over the past couple of hours that I forgot to buy one type of item. I'll just put these out here. We have three brands of red coffee and three brands of green. They're Taster's Choice, Maxwell House and Nescafé. If you don't know, the green is decaffeinated and the red has caffeine. Again, I make no submissions on caffeine. As a matter of fact, I'm unencumbered by any knowledge as to whether caffeine is addictive or not.

What I do want to say and what I do know is that colour can function as a trademark. I know that when people go into a store, be it for coffee or, for example, cola, all colas are red and ginger ales are green and tonic waters are yellow.

I don't smoke. I don't know much about cigarettes, but I've stood in line and watched people take the time of the clerk ordering cigarettes. They'll ask for an extra light mild and know it's the light package with the blue stripe. So I know that colour functions there.

I said I wished I'd shopped for something else. I think that something else is generic products because there is some experience on generic products. I know if I go into Loblaws I can buy generic products that are packaged yellow and black. If I go into A&P they're black and white.

• 1109

The Acting Chair (Mrs. Picard): Please!

I would like to welcome Messrs. Gould and Brett, from the Patent and Trademark Institute of Canada. Go ahead.

M. Robert D. Gould (trésorier honoraire, Institut canadien des brevets et marques): Merci, madame la présidente, et merci d'avoir invité notre Institut à vous présenter des exposés.

L'Institut canadien des brevets et marques a environ 75 ans. Nous comptons 1 000 membres dans tous les coins du pays; il s'agit de propriétaires de marque de commerce, de professionnels de la marque de commerce qu'emploient les propriétaires, et de professionnels de la marque de commerce qui travaillent dans la profession à titre d'agents et de procureurs. Nos membres vont des fabricants de cigarettes aux fabricants de boissons gazeuses en passant par l'Association pulmonaire du Canada et par la Société canadienne du cancer, qui sont tous propriétaires de marques de commerce au Canada.

L'Institut tient à préciser que nous ne présentons pas d'exposés sur le tabac. Nos exposés concernent les marques de commerce et la proposition d'éliminer des emballages certaines marques de commerce.

J'ai fait mon épicerie, et, après avoir écouté certains des exposés depuis quelques heures, j'ai l'impression que j'ai oublié d'acheter quelque chose. Je vais déballer mon sac ici. Nous avons trois marques de café rouge et trois marques de vert. Ce sont le Taster's Choice, le Maxwell House et le Nescafé. Au cas où vous ne le sauriez pas, le vert est le décaféiné, alors que le rouge contient de la caféine. Encore une fois, je ne fais pas d'exposé sur la caféine. De fait, je ne sais pas du tout si la caféine est toxicomanogène ou pas.

Je tiens à dire et je sais que la couleur peut faire fonction de marque de commerce. Lorsqu'on entre dans un magasin, que ce soit pour du café ou, par exemple, pour du cola, tous les colas sont rouges, les sodas au gingembre verts et les sodas toniques jaunes.

Je ne fume pas. Je m'y connais peu en cigarettes, mais je me suis déjà trouvé dans une file d'attente à regarder des clients prendre le temps du commis pour commander des cigarettes. Lorsqu'ils demandent une douce extra légère, ils savent que c'est dans le paquet pâle avec la bande bleue. Donc, je sais que la couleur a son rôle là-dedans.

J'aurais voulu faire d'autres types d'achats, des produits génériques, par exemple, parce qu'il y a une certaine expérience des produits génériques. Si j'entre chez Loblaws, je peux acheter des produits génériques emballés en jaune et noir. Si je vais chez A&P, ils sont en noir et blanc.

[Texte]

I think it would be a sorry state of affairs if I wanted to buy coffee and it was all black and white or red and white and I couldn't make the selections that I do, because personally I would probably pick one of these three brands. I won't say which. I would pick those because I'm familiar with the brand. I know their reputation and I know that they probably put out a product that undergoes certain quality controls.

I don't buy the generic except in very few instances. Those few instances are because I know that the generic product is cheaper. It's invariably cheaper because the money that goes into packaging—which the gentleman just talked about before—does not have to be spent. The brand advertising does not have to be spent, although we know there's no advertising in tobacco because it's prohibited under the statute that was passed some years ago.

It is cheaper, and I suppose because it's cheaper Loblaws sells a heck of a lot of yellow and black and Dominion sells a heck of a lot of white and black product.

The primary function of a trademark, at least one of them, is to indicate the source of a product and to distinguish for the benefit of the public one manufacturer's product from another. By eliminating trademarks from any product, I think, and our institute feels, that the end result is that there will be confusion among the public.

The only other submissions I want to make are in our written submission. There are certain treaties dealing with trademark, one of which we're very well familiar with because it's NAFTA and a lot of time was spent on NAFTA. NAFTA is quoted in our submission where it says:

No party may encumber the use of a trade-mark in commerce by special requirements, such as a use that reduces the trade-mark's function as an indication of source or a use with another trade-mark.

• 1115

NAFTA specifically excludes trademark provisions from those other provisions of NAFTA that permit exceptions based on health and safety, for example. We wouldn't be here if the question was the size of the warning. I don't know what the warning says. I forget because I don't smoke, but it says smoking causes death or smoking causes cancer.

We are here and we asked to make submissions because of the elimination of many of the trademarks, including, as I mentioned, the colour functioning as a trademark.

If people want to smoke low-tar cigarettes, light cigarettes, or if they want to have coffee that has no caffeine and the trademarks that assist in making those decisions are going to be eliminated for people so they can't make those educated decisions, then I think it would be unfortunate to eliminate trademarks like that. If you're going to rely on people remembering a name or something like that over time, the trademark jurisprudence is replete with references that the person who purchases and the person who is to be addressed is a member of the public, because the trademark act is there to protect the public and that member of the public has an imperfect recollection in making those selections.

[Traduction]

Ce serait bien triste que le café que je voudrais acheter soit tout noir et blanc ou tout rouge et blanc, et que je ne puisse faire les choix que je fais, car, personnellement, je prendrais probablement une de ces trois marques. Je ne dirai pas laquelle. Je la choisirais parce que je la connaîtrais bien. Je connais la réputation du fabricant et je sais que son produit est probablement soumis à certains contrôles de qualité.

Je n'achète pas le produit générique, sauf dans de très rares cas, lorsque je sais qu'il est meilleur marché. Il est invariablement meilleur marché parce qu'on économise l'argent que coûte l'emballage—dont notre ami vient de parler. Il n'y a rien pour la publicité de marque, bien que—nous le savons—it n'y ait pas de publicité dans le tabac, parce qu'une loi adoptée il y a quelques années l'interdit.

Il est meilleur marché et c'est pourquoi je suppose que Loblaws vend beaucoup de jaune et noir et Dominion, beaucoup de blanc et noir.

La fonction première d'une marque de commerce, en tout cas une de ses fonctions premières, c'est d'indiquer la source du produit et de distinguer au profit du public le produit d'un fabricant de celui d'un autre. En éliminant les marques de commerce d'un produit, selon moi, et selon notre Institut, on ne fait que semer la confusion, en bout de course, dans le public.

Les seules autres instances que je veux présenter se trouvent dans notre mémoire écrit. Il y a certains traités qui concernent la marque de commerce; nous connaissons très bien l'un d'entre eux, car c'est l'ALENA, qui nous a pris beaucoup de temps. Nous citons l'ALENA dans notre mémoire en disant:

Aucune des Parties ne pourra entraver l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce dans le commerce par des prescriptions spéciales, telles que l'usage d'une marque d'une manière qui réduit sa fonction comme indication de source ou l'usage simultané d'une autre marque.

L'ALENA exclut spécifiquement les dispositions relatives aux marques de commerce de celles qui autorisent des exceptions pour des raisons de santé et de sécurité, par exemple. Nous ne serions pas ici si la taille des messages d'avertissement était la question en litige. J'ai oublié le texte exact de ces messages, parce que je ne fume pas, mais l'usage du tabac est une cause de décès ou de cancer, ou quelque chose du genre.

On nous a demandé de présenter des mémoires en réaction à l'élimination possible de nombreuses marques de commerce et, notamment, comme je l'ai mentionné, de la couleur comme marque de commerce.

Si les gens veulent fumer des cigarettes à faible teneur en goudron ou des cigarettes légères, ou s'ils veulent boire du café sans caféine et que les marques de commerce qui les aident à prendre ce genre de décision éclairée sont vouées à la disparition, il serait malheureux de préconiser l'élimination des marques de commerce. S'il faut maintenant se fier que les gens se rappelleront un nom ou quelque chose de ce genre, la jurisprudence des marques de commerce abonde en cas où la personne qui achète et celle qui est visée par un produit font partie du public. La loi sur les marques de commerce a pour but de protéger le public qui n'a pas toujours une bonne mémoire lorsqu'il doit exercer des choix.

[Text]

Thank you. Those are the submissions of our institute.

La présidente suppléante (Mme Picard): Monsieur de Savoye.

M. de Savoye: Monsieur Gould et monsieur Brett, je tiens à vous remercier de m'avoir informé que les couleurs pour le café avaient un sens. J'ignorais que le rouge voulait dire qu'il y avait de la caféine et que le vert, il n'y a pas de caféine. Je me sens plus instruit maintenant.

Ceci dit, vous représentez l'institut et je crois que l'institut est un organisme public qui n'a pas à prendre parti quant à l'objet de notre mandat; le but de votre venue ici aujourd'hui, c'est fondamentalement de nous informer sur les aspects brevets et marques qui sont touchés par le concept de banalisation.

J'ai lu avec attention le document que vous nous avez remis et je suis convaincu que vous avez, à partir de votre expérience et de votre expertise, ramasser les aspects essentiels auxquels on devait porter attention dans l'exercice de notre mandat. Ayant fait ce travail de façon exemplaire j'en suis convaincu, vous arrivez à la conclusion que le Comité devrait rédiger avec beaucoup de soin tout texte de loi visant à contrôler la nature et le contenu de l'emballage et de l'étiquetage des produits du tabac. Je vous suis reconnaissant de nous avoir informé d'une façon aussi éclairée.

Ceci dit, l'objet de ce Comité, c'est d'évaluer l'efficacité d'une mesure: la banalisation. Que ce soit en matière d'emballage banalisé, en matière de bois d'œuvre, en matière de commerce international, en matière d'agro-alimentaire, il faut toujours et d'abord évaluer les bienfaits d'une mesure anticipée; et lorsque ces bienfaits ont été positivement évalués, il reste ensuite, je pense dans tous les cas, à rédiger avec beaucoup de soin tout texte de loi qui doit mettre en vigueur, qui doit implanter cette mesure.

En quoi pouvez-vous maintenant m'éclairer davantage de façon à ce que je ne n'apprenne pas ce dont je me doutais déjà et pour que votre venue ici ce matin m'enrichisse vraiment? Je vous écoute.

• 1120

Mr. Gould: I agree with everything you said, sir. The careful study you have to give, and in my submission and that of our institute, is to maintain the trademark so that people know who made the product. People can then distinguish between the products, but at the same time you convey the message you want to convey about the efficacy or the effect of smoking. One can maintain a trademark on a product and still have this message on the product. I would hope that you can balance the two.

I know when I see people smoking, I see them pull out a package of cigarettes and I see that message and I am very much impressed by that message. I guess I am going to be more impressed because the message has been made bigger.

To me it is a question of degree but to balance it. If the trademark serves a function and has a value, then you keep it on and you keep it on in a manner that is going to enable people to distinguish based on colour. Hundreds of thousands of people in Canada who don't speak English or French rely on colour, or perhaps with Taster's Choice, the person who is sipping the coffee, and other trademarks one sees, Fido Dido on 7 Up, things you associate. . . However, it is a question of degree.

[Translation]

Merci, c'étaient là les mémoires de notre institut.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mr. de Savoye.

Mr. de Savoye: Mr. Gould and Mr. Brett, I wish to thank you for your precisions about the colours of the coffee jars. I did not know that red meant with caffeine and green caffeine-free. I feel more knowledgeable now.

Having said that, you represent the institute and I think the institute is a public agency which does not have to take sides regarding our mission; you are here today basically to inform us about the patents and trademarks aspects which are affected by plain packaging.

I have read with interest your submission and I am satisfied that you have, from your experience and your expertise, covered all essential aspects which are part of our mandate. Having ostensibly done your work in an exemplary fashion, you come to the conclusion that the committee should be very careful while preparing any legal text aimed at controlling the nature and the content of tobacco packaging and labelling. I am pleased that we have been briefed in such an informed way.

Having said that, the purpose of this committee is to examine the effectiveness of one action: plain packaging. Whether it be plain packaging, softwood, international trade, or agri-food, there must always be, first and foremost, an evaluation done of the benefits of any anticipated measure. Once these benefits have been positively evaluated, we must then, I think in all cases, prepare very carefully any legal document aiming at implementing such a measure.

What can you tell me now that will enlighten me more and not give me the points which I already suspected? You have the floor.

Mr. Gould: J'abonde complètement dans le même sens que vous, monsieur. L'étude soignée que vous devez effectuer de mon mémoire et de celui de notre institut touche la préservation des marques de commerce afin que les gens sachent qui est le fabricant du produit. Les gens peuvent ainsi faire la distinction entre les produits, mais au même moment, vous leur transmettez le message que vous désirez au sujet la nocivité ou des effets du tabac. Il est possible de maintenir une marque de commerce sur un produit et d'y afficher quand même ce message. J'espère que vous pourrez tenir compte des deux.

Je suis très impressionné par le message que je vois sur le paquet de cigarettes que les gens sortent lorsqu'ils veulent fumer. Je le serai d'autant plus que le message sera plus gros.

Pour moi c'est une question d'équilibre. Si la marque de commerce sert une fonction et comporte une valeur, vous la conservez de façon que les gens puissent distinguer le produit par sa couleur. Des centaines de milliers de gens au Canada ne parlent ni le français, ni l'anglais se fient à la couleur du produit, ou peut-être dans le cas de Taster's Choice, à la personne qui sirote son café, à Fido Dido pour 7 Up et à combien d'autres associations. . . Cependant, c'est une question de degré.

[Texte]

I do hope you will pay careful attention to how to cope with the trademark, the presence of the trademark, and the usefulness it serves and has served over the centuries and at the same time accomplish your goals, whatever they may be.

Mr. Pagtakhan: I was struck by the examples you used. I wish you had brought cigarettes with you, different brands and packages. In a sense by using samples, and I respect your right to use them, you have trivialized the issue of the gravity of smoking. I would like to put that on record for your information.

Having said that, you indicated there would be confusion in making an educated decision were there no colours. I have more faith in the Canadian public as to their intelligence and ability to make that decision reading the name of that product. We may differ on that, but I do have that great faith and confidence in the Canadian public.

You indicated that according to the NAFTA agreement no party may encumber the use of a trademark. Would you agree that inherent in that provision is the presence of use of the trademark, yes or no?

Mr. Gould: The word "use" is there.

Mr. Pagtakhan: Yes, indeed. I am glad that you agree. Therefore if there is an outright ban on the use of the trademark, this provision will not apply. Would you agree as well?

Mr. Gould: I think that's the penultimate of encumbering, to ban something.

Mr. Pagtakhan: Are you a lawyer?

Mr. Gould: Yes, I am.

Mr. Pagtakhan: Another lawyer who appeared before us admitted that was an arguable point. Would you not agree?

Mr. Gould: I would admit, sir, that after 25 years of experience any point is arguable.

Mr. Pagtakhan: Fair enough. In that case then it is arguable that if it is the NAFTA agreement or the GATT agreement, who will argue? Is it a private party or government to government?

Mr. Gould: I think it would be a foreign manufacturer, be it of tobacco, coffee, or whatever that would argue that its trademark has been encumbered.

With respect, I take issue with any assertion that our institute has trivialized anything. I wanted to make it clear, and we did make it clear in our brief, that we were neutral as to product. I brought salad dressings and I am sure other people brought cigarettes.

Mr. Pagtakhan: Mr. Gould, could you please focus on the issue of the NAFTA? Our time is very brief.

Mr. Gould: Yes. The word "use" is there.

Mr. Pagtakhan: You said that the private party would argue the case. Right?

Mr. Gould: Yes, that a private party would argue.

[Traduction]

J'espère de tout cœur que vous examinerez soigneusement la question de la présence de la marque de commerce et de son utilité depuis des siècles et, du même coup, que vous accomplirez vos objectifs, quels qu'ils soient.

Mr. Pagtakhan: Vos exemples m'ont frappé. J'aurais aimé que vous apportiez différentes marques de paquets de cigarettes. En utilisant des échantillons, et je respecte votre droit de le faire, vous avez en quelque sorte banalisé la question de la gravité des effets du tabac. Pour votre gouverne, j'aimerais qu'on en prenne note.

Cela dit, vous indiquez que l'absence de couleur pourrait susciter de la confusion au moment de prendre une décision éclairée. Nous sommes peut-être en désaccord sur ce point, mais j'ai néanmoins une plus grande opinion que cela de l'intelligence du public canadien et une vive confiance dans sa capacité de prendre une décision à partir du nom du produit.

Vous avez également dit qu'aucune partie à l'ALENA ne pouvait entraver l'utilisation d'une marque de commerce. Ne diriez-vous pas que l'utilisation de la marque de commerce est un aspect inhérent de cette disposition?

Mr. Gould: Le mot «utilisation» s'y trouve.

Mr. Pagtakhan: En effet. Je suis heureux de vous l'entendre dire. Par conséquent, si l'on interdit d'emblée l'utilisation de la marque de commerce, cette disposition ne s'appliquera plus, n'est-ce pas?

Mr. Gould: L'interdiction est pour moi le comble de l'entrave.

Mr. Pagtakhan: Êtes-vous avocat?

Mr. Gould: Oui.

Mr. Pagtakhan: Un autre témoin, avocat lui aussi, nous a concédé que ce point était discutable. Diriez-vous comme lui?

Mr. Gould: Après 25 ans d'expérience, monsieur, je suis prêt à concéder que tout point est discutable.

Mr. Pagtakhan: Cela me satisfait. On peut alors se demander qui soulèvera le problème dans le cas de l'ALENA ou du GATT. Est-ce une partie privée ou cela se fait-il d'un gouvernement à l'autre?

Mr. Gould: La plainte d'entrave à une marque de commerce viendra d'un fabricant étranger de tabac, de café ou de n'importe quel autre produit.

Sauf votre respect, je conteste votre affirmation que notre institut a banalisé la question. Notre but était de vous indiquer clairement que nous ne prenions pas partie au sujet du produit, ce que nous avons fait dans notre mémoire. J'ai apporté avec moi des vinaigrettes et je suis certain que d'autres ont des cigarettes.

Mr. Pagtakhan: Monsieur Gould, pourriez-vous vous en tenir à la question de l'ALENA? Nous n'avons pas beaucoup de temps.

Mr. Gould: D'accord. Le mot «utilisation» est là.

Mr. Pagtakhan: Vous avez indiqué que la question pourrait être soulevée par une partie privée, n'est-ce pas?

Mr. Gould: En effet.

Mr. Pagtakhan: Devant qui les questions seraient-elles débattues? Devant le comité de règlement des litiges ou devant le gouvernement du pays où se trouve l'industrie en question? Y a-t-il une différence?

[Text]

Mr. Gould: I think there is a structure for how to argue. I think you would ask your—

Mr. Pagtakhan: What is the structure?

Mr. Gould: I don't know. I'm not an expert on that aspect.

Mr. Pagtakhan: You don't know. I suggest to you that in my study of the issue, it may only be done government to government—

Mr. Gould: Yes.

Mr. Pagtakhan: —and the private company, if it has a grievance, has to argue it before its government.

Mr. Gould: Has to get its government to argue for it, as in most international disputes.

Mr. Pagtakhan: That's right. So now you agree with that. Right?

Mr. Gould: I don't know, but it sounds very reasonable because it is the same as all international disputes. If you had a dispute as to international boundaries or things like that, your government... I can't sue the American government.

Mr. Pagtakhan: Sure. Are you representing any particular commercial interest at this time?

Mr. Gould: I do the work for the Canadian Lung Association. I do the work for coffee companies.

Mr. Pagtakhan: Do you do work for the tobacco manufacturers?

Mr. Gould: I don't. However, there are maybe 12 significant firms in Canada and there probably are 30 tobacco companies throughout the world who own trademarks in Canada. I would say that probably our firm does work for three tobacco companies, as does every other firm on average.

Mr. Pagtakhan: Would it be fair to ask you whether it would be the advice of your firm to let your companies lobby the Government of Canada or the Government of the United States in this instance?

Mr. Gould: I am here on behalf of my institute, not on behalf of my firm, so I don't see the pertinence of that question.

Mr. Pagtakhan: Well, okay, be that as it may...

One last question. You mentioned the need to protect the public interest and I applaud you for that. Of course the exception in some of this international treaty agreement relates to health. You would agree to that, right?

Mr. Gould: There are exceptions made to health, but it excludes chapter seventeen dealing with trademarks.

Mr. Pagtakhan: It excludes that?

Mr. Gould: Yes.

Mr. Pagtakhan: Why is that excluded?

Mr. Gould: As I said, one can do whatever one wants to do with health. You can ban a product, if for example, you thought caffeine caused cancer or death, or you can ban cocaine. There is nothing in NAFTA that says you can't ban cocaine.

[Translation]

M. Gould: Si je ne m'abuse, il y a une structure à cette fin. On commencerait par...

M. Pagtakhan: Quelle est cette structure?

M. Gould: Je ne sais pas. Je ne suis pas expert en la matière.

M. Pagtakhan: Vous ne savez pas. Permettez-moi de vous informer que cela peut uniquement se faire de gouvernement à gouvernement, comme je l'ai appris en étudiant la question...

M. Gould: D'accord.

M. Pagtakhan: ...et l'entreprise privée doit débattre son grief devant son gouvernement.

M. Gould: Elle doit amener son gouvernement à défendre sa cause, comme dans la plupart des litiges internationaux.

M. Pagtakhan: C'est exact. Vous êtes donc d'accord avec cela?

M. Gould: Je ne sais pas, mais cela me semble très plausible, puisque la structure est la même pour tous les litiges internationaux. Si vous avez un litige à régler au sujet de frontières internationales ou d'autre chose du genre, votre gouvernement... Je ne peux pas poursuivre le gouvernement américain.

M. Pagtakhan: En effet. Représentez-vous un intérêt commercial particulier en ce moment?

M. Gould: Je travaille pour l'Association pulmonaire du Canada, ainsi que pour des sociétés de café.

M. Pagtakhan: Travaillez-vous pour des fabricants de tabac?

M. Gould: Non. Cependant, il y a peut-être 12 grandes entreprises au Canada et sans doute 30 sociétés de tabac dans le monde qui possèdent des marques de commerce au Canada. Notre cabinet travaille probablement pour trois sociétés de tabac, tout comme, en moyenne, tout autre cabinet.

M. Pagtakhan: Serait-il juste de vous demander si votre cabinet conseillerait à vos sociétés clientes de faire pression auprès du gouvernement du Canada ou du gouvernement des États-Unis dans ce cas?

M. Gould: Je suis ici au nom de mon institut et non de mon cabinet, et je ne vois donc pas la pertinence de votre question.

M. Pagtakhan: Si vous insistez...

Une dernière question. Vous avez dit qu'il était nécessaire de protéger l'intérêt public et je vous félicite de votre position. Il y a bien sûr l'exception prévue au sujet de la santé dans cette entente internationale, n'est-ce pas?

M. Gould: Il y a des exceptions au sujet de la santé, mais le chapitre 17 portant sur les marques de commerce en est exclu.

M. Pagtakhan: Il est exclu?

M. Gould: Oui.

M. Pagtakhan: Pourquoi donc?

M. Gould: Comme je l'ai dit, on peut faire ce qu'on veut en matière de santé. Vous pouvez interdire un produit, par exemple la caféine, si vous pensez qu'elle cause le cancer ou la mort, ou la cocaïne. Rien dans l'ALENA ne dit que vous ne

[Texte]

What it does say is, if you are going to let people sell coffee with caffeine, you cannot tell them to take the trademark off. You can't eliminate the trademark. You can't encumber the use of a trademark. That is what NAFTA says.

Mr. Pagtakhan: This is my last question. Where there is a conflict about the interpretation of an international agreement and the Constitution of Canada, the act that defines the national soul of our sovereignty, which will be supreme and which ought to be supreme?

Mr. Gould: They are both laws of Canada, the law that implements NAFTA and the Constitution. To the extent that the Constitution says it is paramount, then it is paramount and supreme.

Mr. Pagtakhan: Thank you.

Mr. Szabo: Jean Castel, an international law professor at Toronto Osgoode Hall Law School says "Both NAFTA and GATT clearly exempt trademark protection for reasons of health". That is directly contrary to what you are saying to us today. One of you is wrong. Which one?

Mr. Gould: I'm not prepared to say I'm wrong because—

Mr. Szabo: I asked that because, sir, you said and I quote "I am not an expert on NAFTA". So why are you giving an opinion?

Mr. Gould: I am giving you an opinion that I believe in and that I feel is right.

Mr. Szabo: You are not an expert on NAFTA. Is that correct?

Mr. Christopher Brett (Member, Patent and Trademark Institute of Canada): The section you are talking about is in chapter twenty-one of NAFTA —

Mr. Szabo: I don't want to talk about NAFTA.

Mr. Brett: —which refers to the exceptions. Article 2101, section 2 gives the exceptions based on health. It doesn't mention chapter seventeen, which is trademarks.

Mr. Szabo: I want to ask one more question. Your whole presentation and dramatics was that colour is a trademark or could serve the purpose of a trademark, or one of the purposes. Right here we have three different products. One group is red and one is green. They are not associated with a particular product; they are associated with the fact that one is decaffeinated and one has caffeine. Therefore, you are saying that colour sends a message about a characteristic.

[Traduction]

pouvez pas interdire la cocaïne. On y lit cependant que si vous laissez les gens vendre du café avec caféine, vous ne pouvez pas les obliger à enlever la marque de commerce. Vous ne pouvez pas éliminer cette marque de commerce. Vous ne pouvez pas entraver l'utilisation d'une marque de commerce. Voilà en deux mots ce que prévoit l'ALENA.

Mr. Pagtakhan: Voici ma dernière question. S'il y a un litige d'interprétation entre une entente internationale et la Constitution du Canada, la loi qui définit l'âme même de notre souveraineté, laquelle aura et doit avoir préséance?

Mr. Gould: La loi de mise en oeuvre de l'ALENA et la Constitution sont deux lois du Canada. Dans la mesure où la Constitution prévoit qu'elle a préséance, elle est le pouvoir suprême.

Mr. Pagtakhan: Merci.

Mr. Szabo: Jean Costell, professeur de droit international à l'école de droit Osgoode Hall de Toronto dit ceci: «L'ALENA et le GATT exemptent clairement tous deux la protection des marques de commerce pour des raisons de santé». Cette affirmation va directement à l'encontre de vos propos aujourd'hui. L'un de vous se trompe. Mais qui?

Mr. Gould: Je ne suis pas prêt à dire que je me trompe parce que . . .

Mr. Szabo: Si je vous pose cette question, monsieur, c'est que vous avez dit, et je cite «je ne suis pas expert de l'ALENA». Pourquoi donc donnez-vous une opinion?

Mr. Gould: Je vous donne une opinion que j'estime juste et en laquelle je crois.

Mr. Szabo: Vous n'êtes pas expert de l'ALENA, n'est-ce pas?

Mr. Christopher Brett (membre, Institut canadien des brevets et marques): La section dont vous parlez se trouve à l'article 21 de l'ALENA . . .

Mr. Szabo: Je ne veux pas parler de l'ALENA.

Mr. Brett: . . . qui se rapporte aux exceptions. L'article 2101, section 2, énonce les exceptions fondées sur la santé. On n'y mentionne pas le chapitre 17, celui des marques de commerce.

Mr. Szabo: J'ai une autre question. Votre exposé et votre mise en scène reposent entièrement sur le fait que la couleur est une marque de commerce ou pourrait servir l'objet ou un des objectifs d'une marque de commerce. Rien que devant nous, nous avons trois produits différents. Un groupe est rouge et l'autre est vert. Ils ne sont associés à aucun produit particulier, mais bien au fait que l'un est décaféiné et l'autre pas. Par conséquent, vous dites que la couleur véhicule un message au sujet d'une caractéristique.

• 1130

Would you not then, by logical extension, agree that if all cigarette packaging had the same coloration, just as these have the same coloration, except for the name difference, that the only message people could associate with that would be health problems?

Mr. Gould: I don't agree with that.

Mr. Szabo: Thank you.

Ne devriez-vous donc pas conclure logiquement que si tous les emballages de cigarettes étaient de la même couleur, tout comme ces produits devant nous, sauf pour le nom, le seul message que les gens pourraient y associer aurait trait à des problèmes de santé?

Mr. Gould: Je ne suis pas d'accord.

Mr. Szabo: Merci.

[Text]

Ms Fry: The basis of your presentation here today has to do with violation of trademark if we go to plain packaging, if ever this group ever decides to do that. Is that your understanding?

Mr. Gould: It has to do with dismissing trademarks and the function of trademarks in commerce.

Ms Fry: I will go to NAFTA because you have quoted it. The violation of the NAFTA chapter dealing with trademarks does not permit individual companies to seek a remedy. In other words, if the trademark of a company is violated, the company may not take the remedy; only the government can take the action. It would be dependent, therefore, on the United States government in this instance to take action against Canada.

Are you aware that the U.S. trade representative Mickey Kantor said in an interview to *The New Yorker* on September 13, 1993, that he would not oppose countries that want to restrict cigarette advertising or enact other health measures, even if those measures violate provisions of trade agreements of the United States?

Mr. Gould: I can't associate it with Mickey Kantor. What I am aware is that—

Ms Fry: Well, it is associated with him because it is from an interview he had with *The New Yorker*.

Mr. Gould: Yes, but what I am saying is that the United States, in 1989 and 1990, had legislation of this ilk. The International Trademark Association at that time made representations along these lines about doing away with trademarks and the danger of that, and the U.S. government at that time withdrew the legislation. I don't know if it was Mickey Kantor at that time, but I don't think it was. It was probably Carla Hills.

Ms Fry: I am not referring to legislation. I am saying that if plain packaging violates trademarks according to NAFTA, the person to take remedy would have to be the United States government.

Mickey Kantor has specifically said he would not take action against anything that is done with the trademark of tobacco for health reasons. He would not enact any kind of measures against any country. So this whole point about the NAFTA and its agreements are then going to be moot, because the government is going to take that position that it won't.

Mr. Gould: Would you like me to answer that question?

Ms Fry: I would like to know if you are aware that Mickey Kantor said that to *The New Yorker* in an interview.

Mr. Gould: No, I'm not aware that he said that.

Ms Fry: Well, he did.

Mr. Gould: What I am aware of is that in our submission we also quoted GATT, and GATT has a similar provision to the one I read from NAFTA. I didn't want to read everything from the submission. I would guess that Mr. Kantor may speak for one-third of NAFTA, but he only speaks for a very small percentage of GATT.

Ms Fry: I don't think Canada would take action against itself, so we are dealing with Mexico then, obviously.

[Translation]

Mme Fry: Votre exposé aujourd'hui porte sur la violation des marques de commerce, si jamais notre groupe décide d'opter pour l'emballage banalisé. Est-ce bien ce que vous voulez dire?

M. Gould: Il porte sur l'élimination des marques de commerce et la fonction de ces marques dans le commerce.

Mme Fry: Je me reporte à l'ALENA puisque vous l'avez cité. Une infraction au chapitre de l'ALENA portant sur les marques de commerce n'autorise pas une société à demander un redressement. Autrement dit, s'il y a une violation d'une marque de commerce, la société ne peut pas obtenir réparation; seul le gouvernement peut prendre des mesures. Il faudrait donc que le gouvernement des États-Unis, dans ce cas, institue une poursuite contre le Canada.

Saviez-vous que Mickey Kantor, le représentant commercial des États-Unis, avait révélé dans une entrevue qu'il donnait au *New Yorker* du 13 septembre 1993 qu'il ne ferait pas opposition aux pays qui désireraient restreindre la publicité sur les cigarettes ou adopter d'autres mesures de santé, même si de telles mesures enfreignent des dispositions d'ententes commerciales signées par les États-Unis?

M. Gould: Je ne peux pas l'associer à Mickey Kantor. Ce que je sais, c'est que... .

Mme Fry: Il l'a bien dit dans une entrevue qu'il a accordée au *New Yorker*.

M. Gould: D'accord, mais sachez que les États-Unis avaient envisagé une loi de ce genre en 1989 et 1990. L'International Trademark Association avait alors présenté des instances en ce sens au sujet de l'élimination des marques de commerce et des dangers associés à cette pratique, si bien que le gouvernement des États-Unis avait retiré sa loi. Je ne crois pas que Mickey Kantor était en poste à ce moment-là. C'était probablement Carla Hills.

Mme Fry: Je ne parle pas de la loi. Je dis plutôt que si l'emballage banalisé enfreint l'ALENA au chapitre des marques de commerce, c'est le gouvernement des États-Unis qui devra demander réparation.

Mickey Kantor a précisé qu'il ne prendrait aucune mesure à l'égard d'un pays à la suite d'une violation des marques de commerce des produits du tabac pour des raisons de santé. Toute cette controverse au sujet de l'ALENA et de ses ententes tombera donc en plan puisque le gouvernement ne fera rien.

M. Gould: Voulez-vous que je réponde à cette question?

Mme Fry: Saviez-vous que Mickey Kantor avait fait cette déclaration au cours d'une entrevue qu'il accordait au *New Yorker*?

M. Gould: Non.

Mme Fry: Il l'a bien faite.

M. Gould: Je sais, cependant, que nous avons aussi cité une disposition semblable du GATT dans notre exposé. Je n'ai pas voulu lire la citation au complet. M. Kantor parle peut-être pour le tiers des dispositions de l'ALENA, mais seulement pour un très faible pourcentage de celles du GATT.

Mme Fry: Je ne pense pas que le Canada prendrait des mesures contre lui-même, ce qui laisse évidemment le Mexique.

[Texte]

Mr. Gould: In GATT?

Ms Fry: We are talking about NAFTA right now.

Mr. Gould: Yes.

Ms Fry: I am sure we can look at similar things that have to do with health in GATT. Thank you.

La présidente suppléante (Mme Picard): D'autres questions? J'aimerais vous remercier pour nous avoir présenté vos commentaires. Je vous dis bonjour et bonne fin de journée.

• 1133

[Traduction]

M. Gould: Dans le GATT?

Mme Fry: Nous parlons actuellement de l'ALENA.

M. Gould: En effet.

Mme Fry: Je suis certaine que nous pouvons examiner les mêmes questions dans le GATT en ce qui concerne la santé. Merci.

The Acting Chair (Mrs. Picard): More questions? Thank you very much for your comments. Good day.

• 1136

La présidente suppléante (Mme Picard): J'aimerais souhaiter la bienvenue au président de *Alberta Action on Smoking and Health*, le docteur Hodkinson, et à M. Les Hagen, directeur exécutif.

Vous ne nous aviez pas présenté de mémoire. On m'a dit que vous alliez nous exposer vos commentaires. On vous écoute.

Mr. Les Hagen (Executive Director, Alberta Action on Smoking and Health): Thank you, Madam Chairman.

Action on Smoking and Health is western Canada's leading tobacco control agency. ASH has been providing leadership at the provincial, local and national levels on tobacco control for the last several years. We thank the Standing Committee on Health for having us here today for these important hearings.

Today we would like to raise two important points with the committee. Restrictions on tobacco advertising do reduce consumption, and packaging is an important means of advertising for the tobacco industry.

First, I would like to table a number of reports with this committee. The first report is from the British House of Commons health committee, which examined the proposed European ban on tobacco advertising in 1992. This report, after hearing all of the arguments raised by the industry, concluded that tobacco advertising can have an impact on reducing tobacco consumption.

I have another report from the U.S. Advocacy Institute that provides a thorough analysis of the effects of tobacco advertising and rejects the argument by the industry that advertising only affects market share and not overall consumption.

I have another report from the British government concluding that advertising bans in numerous countries have reduced tobacco consumption, including Canada.

Yet another report, and this one is bilingual, prepared by the World Health Organization has concluded that advertising bans in Canada, Norway and New Zealand have been effective in reducing tobacco consumption.

The Canadian tobacco industry has reported that tobacco consumption in Canada has not differed substantially from the United States, where there are no advertising bans in place. This report, published in the *American Journal of Public Health* in 1991 is titled "Tobacco consumption declining faster in Canada than in the United States".

The Acting Chair (Mrs. Picard): I would like to welcome the chairman of the Alberta Action on Smoking and Health, Dr. Hodkinson, and Mr. Les Hagen, executive director.

You did not submit any briefs. I was told that you were going to share your comments with us. You have the floor.

M. Les Hagen (directeur exécutif, Alberta Action on Smoking and Health): Merci, madame la présidente.

Notre association est le principal organisme anti-tabac dans l'Ouest du Canada. Depuis plusieurs années, ASH joue un rôle de chef de file de la lutte anti-tabac à l'échelon provincial, local et national. Nous remercions le Comité permanent de la santé de nous permettre de participer à ces importantes audiences.

Permettez-nous de soulever deux questions importantes devant le comité: les restrictions sur la publicité du tabac font diminuer effectivement la consommation, et l'emballage est un moyen important de publicité pour l'industrie du tabac.

D'abord, permettez-moi de déposer divers rapports à l'intention du comité. Le premier provient du comité de la santé de la Chambre des communes britannique, qui a examiné le projet européen d'interdiction de la publicité sur le tabac en 1992. Après avoir entendu tous les arguments de l'industrie, les auteurs du rapport ont conclu que la publicité sur le tabac pouvait contribuer à faire diminuer la consommation de tabac.

Cet autre rapport provient de l'Advocacy Institute des États-Unis, qui présente une analyse approfondie des effets de la publicité sur le tabac et réfute l'argument de l'industrie selon lequel la publicité influe uniquement sur la part du marché et non sur la consommation en général.

Cet autre encore provient du gouvernement britannique et conclut que l'interdiction de publicité adoptée dans de nombreux pays a permis de faire diminuer la consommation du tabac, y compris au Canada.

Voici un rapport bilingue de l'Organisation mondiale de la santé, où l'on conclut que l'interdiction de publicité au Canada, en Norvège et en Nouvelle-Zélande a réussi à contrer la consommation de tabac.

L'industrie canadienne du tabac a révélé que la consommation de tabac au Canada ne différait pas tellement de celle des États-Unis où il n'y a aucune interdiction sur la publicité. Ce rapport, publié dans l'*American Journal of Public Health* en 1991 se lit comme suit: «La consommation de tabac régresse plus rapidement au Canada qu'aux États-Unis».

[Text]

Here is another recent report prepared by the Heart and Stroke Foundation of Canada by a leading statistician: "Cigarette purchasing and smoking, 1965 to 1993". This study concluded that the decline in prevalence of smoking accelerated in Canada during the period of increasing taxes and increased regulation, including the advertising ban.

Finally, it should be noted that in the early 1980s Canada had one of the highest rates of per capita consumption among industrialized nations. Canada is now ranked 23rd on the list. We have documents that support that.

When examining changes in smoking prevalence and consumption, Canada should be comparing itself with world smoking trends and not with just those of the United States.

I would also like to make three brief points about the NAFTA arguments raised by the industry. It is outrageous that the American tobacco companies can come here to Ottawa and suggest that even if plain packaging does have an impact on consumption, as we strongly believe it does, NAFTA would actually prevent Canada from taking action. NAFTA was introduced to enhance the standard of living of all North Americans, not to diminish the health of Canadians.

Second, according to the recent quote raised by the committee member this morning by U.S. trade representative Mickey Kantor, the U.S. will not support the American tobacco companies in their attempts to file grievances with NAFTA as a result of any potential trademark infringements that are imposed by plain packaging.

[Translation]

Voici un autre rapport rédigé récemment par un statisticien de renom pour le compte de la Fondation des maladies du cœur du Canada: «Achat et consommation de cigarettes de 1965 à 1993». L'étude conclut que la chute du tabagisme s'est accélérée au Canada pendant la période d'augmentation des taxes et de renforcement de la réglementation, y compris pendant l'interdiction de la publicité.

Enfin, il convient de souligner qu'au début des années 80, le Canada affichait l'un des taux les plus élevés de consommation par habitant parmi les pays industrialisés. Le Canada se classe maintenant au 23^e rang. Nous avons des documents pour le prouver.

Lorsqu'on examine les fluctuations de la prévalence et de la consommation de tabac, il faudrait comparer les tendances au Canada à celles du reste du monde et non pas simplement à celles des États-Unis.

Permettez-moi de soulever trois brèves observations au sujet des arguments avancés par l'industrie au sujet de l'ALENA. Il est scandaleux de voir que les sociétés de tabac américaines peuvent se présenter ici à Ottawa pour nous affirmer que même si l'emballage banalisé avait des répercussions sur la consommation, comme nous le croyons fermement, l'ALENA empêcherait effectivement le Canada de prendre des mesures en ce sens. L'ALENA a été conçu en vue d'améliorer le niveau de vie de tous les Nord-américains, non de diminuer la santé des Canadiens.

En deuxième lieu, selon une récente citation rapportée par un membre du comité ce matin au sujet du représentant commercial des États-Unis, Mickey Kantor, les États-Unis n'appuieront pas les sociétés de tabac américaines qui voudront déposer un grief aux termes de l'ALENA à la suite d'une violation potentielle des marques de commerce suscitée par la banalisation.

• 1140

My final point, and I would like to read a shocking excerpt from a letter from the president of Philip Morris to this committee:

The fundamental idea underlying NAFTA is to create a single North American market in which goods are marketed without restriction as to national origin. In time we hope to develop our U.S. brands in the Canadian market. However, plain packaging would make it virtually impossible to establish the brand recognition among Canadian consumers necessary to penetrate the Canadian market.

Committee members, I would suggest that Philip Morris has ulterior motives and is very interested in pursuing and expanding the Canadian market.

I will now ask Dr. Hodkinson to address the committee.

Dr. Roger Hodkinson (Honorary Chairman, Alberta Action on Smoking and Health): I would like to impress upon this committee that the package itself is advertising. Nowhere is this more apparent than at the point of sale. Over the last few years tobacco companies have demanded more shelf space and increasing numbers of package facings in the retail environments that command the consumers attention.

En terminant, permettez-moi de lire un extrait bouleversant tiré d'une lettre du président de Philip Morris au comité:

L'idée fondamentale derrière l'ALENA est de créer un marché nord-américain unique dans lequel tous les biens sont commercialisés sans égard à leur origine nationale. Au moment voulu, nous espérons commercialiser nos marques américaines sur le marché canadien; cependant, l'emballage banalisé aura pour conséquence de rendre presque impossible la reconnaissance des marques par les consommateurs canadiens, pourtant nécessaire pour pénétrer ce marché.

Membres du comité, Philip Morris a d'autres motifs derrière la tête et la société est très intéressée à se lancer sur le marché canadien pour y étendre ses activités.

Je demande maintenant à M. Hodkinson de prendre la parole.

M. Roger Hodkinson (président, Alberta Action on Smoking and Health): Je tiens à souligner au comité que l'emballage lui-même est une forme de publicité. C'est au point de vente que c'est le plus évident. Depuis quelques années, les sociétés de tabac demandent aux détaillants plus d'espace sur les tablettes et plus de surfaces de présentation afin de retenir l'attention du consommateur.

[Texte]

In many stores the package is incorporated into the display itself and is positioned at children's eye level in convenient self-serve counter-top displays. These displays are often placed adjacent to chocolate bars and bubble gum. Retailers are often paid hundreds of dollars to keep these displays fully stocked and placed front and centre on the counter.

To demonstrate the importance that the industry attaches to these package displays, I have a news clipping here that describes how a retailer in southern Alberta was pressured by tobacco company representatives to keep his display full. This Mac's convenience store operator refused to stock his self-serve displays with cigarettes after receiving phone calls from parents who were complaining about their children obtaining cigarettes from the store, even though he adamantly refused to sell to minors. It seems that the children were stealing cigarettes from the display, and, as you know, this is a common occurrence with self-serve displays. The retailer had apparently received several threats from tobacco company representatives demanding that he restock the displays or lose their brands altogether.

Here is a merchandising manual from Mac's corporate office that clearly demonstrates the importance of the cigarette package in sales counter displays. It states, and I quote:

Purpose of displays.**2. Effective displays sell.****Sales counter displays.****1. Used mostly to create impulse sales.**

Here is a typical layout of a Mac's sales counter, again from their manual showing the chocolate bars sandwiched between the Rothman's and Imperial Tobacco displays.

The industry has also used deceptive language and alluring design on its packages that imply that their products are not harmful. We are talking about phrases such as extra mild, smooth, reduced irritation, special mild, extra light, ultra light. I have with me a classic example of this deception.

We have been doing our own shopping. I have here a can of regular Coke and a can of Diet Coke and packages of regular du Maurier and du Maurier Ultra Light. There is no coincidence, I don't think, that the packages you see before you show colour to imply evidence of something being less harmful. Of course there is no such thing as a safe cigarette. Depending upon how they are smoked, ultra light, low-tar cigarettes can deliver similar levels of tar and nicotine as regular cigarettes. This deception could be effectively neutralized through plain packaging.

I would also like to impress upon the committee that package advertising affects more than market share among existing brands. It encourages new customers to join the market.

Speaking of new customers, I would like to table a report citing testimony from Canadian tobacco executives in Quebec Superior Court. These excerpts include, and I quote:

[Traduction]

Dans beaucoup de magasins, l'emballage est intégré à l'étagage lui-même et est placé à la hauteur des yeux des enfants, dans un étage pratique libre-service sur le comptoir. Ces étagages sont souvent placés près de tablettes de chocolat et de gommes à claquer. Des détaillants recevront même des centaines de dollars pour garder ces présentoirs bien garnis sur le devant et au centre du comptoir.

Pour mieux révéler l'importance que l'industrie attache à ces étagages de paquets, j'ai ici une coupure de journal qui décrit les pressions qu'ont exercées des représentants de sociétés de tabac sur un commerçant du sud de l'Alberta pour qu'il garde son étagage plein. Cet exploitant de dépanneur Mac's avait refusé de garnir ses étagages libre-service de cigarettes après avoir reçu des appels téléphoniques de parents alarmés par le fait que leurs enfants avaient pu obtenir des cigarettes du dépanneur, même si le propriétaire refusait catégoriquement de vendre à des mineurs. Il semble que les enfants volaient des cigarettes, ce qui est courant dans les étagages libre-service, comme vous le savez. Le détaillant a apparemment reçu plusieurs menaces de représentants de sociétés de tabac qui exigeaient qu'il regarnisse ses étagages au risque de perdre complètement la vente des marques en question.

Voici un manuel de marchandisage du siège social des dépanneurs Mac's, qui fait clairement ressortir l'importance de l'emballage des paquets de cigarettes dans les étagages de comptoir. Voici ce qu'on trouve dans ce manuel:

Objet des étagages.**2. Des étagages efficaces vendent bien.****Étalages de comptoir.****1. Servent en grande partie à susciter des achats impulsifs.**

Voici une présentation typique d'un comptoir de Mac's, tirée encore une fois du manuel, qui présente des tablettes de chocolat stockées entre des étagages de Rothman's et d'Imperial Tobacco.

L'industrie a aussi utilisé un langage trompeur et une conception séduisante sur ses emballages pour donner l'impression que ses produits n'étaient pas nuisibles. Il s'agit de mots comme extra douce, veloutée, irritation réduite, spéciale légère, extra légère, ultra légère. J'ai ici avec moi un exemple classique de cette tromperie.

Nous avons fait nos devoirs. Voici une canette de Coke régulier et une canette de Coke diète ainsi que des paquets réguliers de cigarettes du Maurier et du Maurier ultra légère. Ce n'est pas par hasard que ces paquets arborent une couleur donnant l'impression d'un produit moins nuisible. Vous savez également comme moi que la cigarette inoffensive n'existe pas. Selon les habitudes du fumeur, les cigarettes ultra légères à faible teneur en goudron peuvent dégager le même niveau de goudron et de nicotine que les cigarettes régulières. L'emballage banalisé permettrait de neutraliser efficacement cette tromperie.

J'aimerais également souligner au comité que la publicité sur les paquets a des répercussions qui s'étendent bien au-delà de la part du marché des marques existantes, car elle encourage de nouveaux clients à commencer à fumer.

En parlant de nouveaux clients, permettez-moi de déposer un rapport présentant le témoignage de dirigeants de sociétés de tabac canadiennes devant la Cour supérieure du Québec. En voici des extraits:

[Text]

Young smokers represent the major opportunity group for the cigarette industry. We should, therefore, determine their attitude to smoking and health and how this may change over time.

[Translation]

Les jeunes fumeurs représentent le principal groupe d'opportunité pour l'industrie de la cigarette. Nous devrions donc chercher à connaître leur attitude face au tabac et à la santé et les moyens de la modifier avec le temps.

• 1145

A second quote from the same information shows evidence that males and females age 12 to 24 are the major target groups for Player's filter and Player's Light cigarettes.

Advertising experts in industry have clearly stated that it is impossible for advertising to only affect market share without simultaneously also increasing consumption. I would like to draw an analogy here to something that is close to your hearts as politicians. I am going to talk about an analogy, and every time I use the word "votes", I would like you to imagine the word "smokes".

Voting is an excellent example of how false the market share argument is. A candidate does not only seek votes over rival supporters; a candidate will also seek votes among those who have become old enough to vote since the last election, those who have never voted, or those who vote occasionally. New candidates often seek high voter turnout or a bigger voting market in an effort to get elected.

Tobacco companies have argued that plain packs will not allow them to compete in the marketplace. I suggest that they will have competition, not from each other but from companies that offer healthy alternatives to tobacco. Here are just two examples: Wrigley's chewing gum and Nicorettes. Who could demonstrate a better example of free enterprise in market competition?

Finally, I would urge the committee members to slowly consider the excellent brief of the Canadian Cancer Society entitled "Putting Health First: The Case for Plain Packaging of Tobacco Products". This brief provides detailed arguments in favour of plain packaging and is extremely comprehensive and persuasive.

Thank you very much.

The Vice-Chairman (Mr. Pagtakhan): Thank you for your presentation.

Mr. Martin: Thank you both for your presentation today.

I would just like to ask one question. When children start to smoke and get addicted, they are addicted generally under the age of about 15 or 16, before brand affiliation comes into play. Would it be fair to say that when little kids, children, start to smoke they are primarily attracted to tobacco as opposed to Craven "A", Camel or Player's?

Mr. Hagen: I think what they are attracted to is the entire image created by tobacco, and that image is reflected in the package.

Mr. Martin: You would say that package is more important than the substance tobacco, would you?

Mr. Hagen: Tobacco is addictive. If these children experiment with tobacco, chances are they could very well become lifelong smokers.

La même source d'information nous apprend que: La Player's filtre et la Player's légère visent principalement les hommes et les femmes de 12 à 24 ans.

Les experts en publicité de l'industrie ont affirmé clairement qu'il est impossible que la publicité n'ait qu'un impact sur la part du marché sans en même temps accroître la consommation. Permettez-moi une analogie qui vous intéressera plus particulièrement en tant que politiciens. Quand j'emploierai le mot électeur, j'aimerais que vous entendiez le mot «fumeur».

Les élections constituent un excellent exemple de la fausseté de l'argument relatif à la part du marché. Un candidat ne cherche pas seulement à se gagner l'appui des électeurs qui sont partisans de son rival; un candidat cherche également à se gagner des électeurs parmi les personnes qui ont atteint l'âge de voter depuis la dernière élection, qui n'ont jamais voté, ou encore, qui ne votent qu'occasionnellement. Les nouveaux candidats, souvent, cherchent à obtenir une plus grande participation des électeurs ou à agrandir leur marché d'électeurs afin de se faire élire.

Les sociétés de tabac ont avancé que les emballages banalisés les empêcheront de se faire concurrence sur le marché. Je leur signale qu'elles en auront, de la concurrence, peut-être pas entre elles, mais de la part d'entreprises qui offrent des substituts du tabac qui sont bons pour la santé. En voici deux exemples seulement: la gomme Wrigley's et Nicorettes. Existe-t-il un meilleur exemple de libre entreprise sur un marché concurrentiel?

J'invite fortement les membres du comité à lire lentement l'excellent mémoire de la Société canadienne du cancer intitulé «La santé d'abord: le cas de la banalisation des produits du tabac». Ce mémoire offre des arguments précis en faveur de la banalisation des emballages, et il est des plus complets et convaincants.

Merci beaucoup.

Le vice-président (M. Pagtakhan): Merci de votre exposé.

M. Martin: Merci à tous les deux de votre exposé aujourd'hui.

J'ai une question. Les enfants commencent à fumer et deviennent généralement esclaves du tabac avant l'âge de 15 ou 16 ans, avant que la question de la fidélité à une marque ne se pose. Serait-il juste de dire que les jeunes, les enfants, commencent à fumer parce qu'ils sont surtout attirés par le tabac, plutôt que par la Craven «A», la Camel ou la Player's?

Mr. Hagen: Je pense que ce qui les attire, c'est toute l'image créée par le tabac, et cette image est véhiculée par l'emballage.

Mr. Martin: Vous dites que l'emballage est plus important que le tabac?

Mr. Hagen: Le tabac est toxicomanogène. Si les enfants font l'expérience du tabac, il y a de bonnes chances qu'ils fument toute leur vie.

[Texte]

Mr. Martin: Perhaps I should rephrase the question. When we spoke to Dr. Stewart this morning, the Minister of Health for Nova Scotia, he said that, and I would agree with him in my experience, children are generally attracted to tobacco when they start. At the point in time that they are addicted, they are addicted to tobacco, not the brand name. Therefore, the packaging would be irrelevant versus the substance that you are dealing with.

Mr. Hagen: I think we have to look at the whole issue of promotion. I do not think we can separate packaging from advertising. They are one and the same, as was demonstrated this morning. Advertising does have, to a certain degree, an impact on children, as do the smoking habits of parents and the smoking habits of peers.

Mr. Martin: Do you know what impact that has on children before they become addicted?

Mr. Hagen: No.

Mr. Martin: Is there any evidence that shows that plain packaging or packaging affects their consumption?

Mr. Hagen: There is strong evidence to suggest that tobacco plain packaging removes the positive imagery associated with smoking.

Mr. Martin: In adults, no question about it, but in children before they actually become brand affiliated in their consumption?

Mr. Hagen: Yes. In fact, the Canadian Cancer Society study in Canada demonstrated that children are less attracted to the imagery created by plain packaging.

Mr. Martin: Do you have that study there?

Mr. Hagen: It has been submitted to the committee.

Mr. Martin: Okay. Thank you.

Mr. Szabo: Just very quickly, the committee has been given some fairly substantial testimony from the business side talking about the impact on jobs. There is probably no question that it is going to put pressure on. I do not know the impact. We have not had any proof, but it is an assertion based on a logical deduction.

The bottom line is that one side is saying that we're going to lose literally thousands of jobs in Canada. How would you respond to those people who are saying that you're taking away jobs on a wish that plain packaging would do something?

Mr. Hagen: I think the jobs argument can be argued on its own merits.

From a health perspective, there is no argument. As a society, I would hope that the very least we could do is put the importance of the health of our citizens above the commercial interests of those whose products seek to harm the health of our citizens.

Mr. Pagtakhan: You used a very strong word, "deception". Is that the same as negative imagery? What exactly do you mean when you say "deception"? You referred to it a couple of times.

[Traduction]

M. Martin: Peut-être devrais-je reformuler ma question. Le Dr Stewart, ministre de la Santé de la Nouvelle-Écosse, a déclaré ce matin, et je suis porté à être d'accord avec lui, d'après mon expérience, c'est par le tabac que les enfants sont attirés, quand ils commencent à fumer. Une fois accoutumés, c'est au tabac qu'ils sont accrochés, pas à une marque. Par conséquent, l'emballage serait une question tout à fait secondaire par rapport à la substance à laquelle on a affaire.

M. Hagen: Il faut considérer toute la question de la promotion. Je ne pense pas que l'on puisse distinguer l'emballage de la publicité. Ce sont une seule et même chose, comme cela a été démontré ce matin. La publicité a jusqu'à un certain point une influence sur les enfants, tout comme les parents ou les pairs qui fument.

M. Martin: Savez-vous quelle est l'influence de la publicité sur les enfants avant qu'ils ne deviennent toxicomanes?

M. Hagen: Non.

M. Martin: Avons-nous la preuve que la banalisation des emballages ou l'emballage influencent leur consommation?

M. Hagen: De solides preuves tendent à démontrer que l'emballage normalisé élimine l'aspect positif lié au tabagisme.

M. Martin: Chez les adultes, sans doute, mais chez les enfants, avant qu'ils ne deviennent vraiment fidèles à une marque?

M. Hagen: Oui. En fait, l'étude effectuée au Canada par la Société canadienne du cancer a démontré que les enfants sont moins attirés par les images créées par l'emballage normalisé.

M. Martin: Avez-vous cette étude ici?

M. Hagen: Elle a été fournie au comité.

M. Martin: Très bien, merci.

M. Szabo: Très rapidement, le comité a entendu des témoignages passablement solides de représentants d'entreprise qui ont parlé des répercussions sur l'emploi, qui ressentira fort probablement des pressions. Je ne sais pas s'il y aura des répercussions. Nous n'avons pas eu de preuve, mais cette affirmation se fonde sur une déduction logique.

• 1150

D'une part, des gens nous disent que nous allons perdre littéralement des milliers d'emplois au Canada. Que répondre à ceux qui disent que vous allez faire disparaître des emplois parce que vous souhaitez que l'emballage normalisé produise un certain effet?

M. Hagen: Cet argument vaut ce qu'il vaut.

Du point de vue de la santé, la question ne se pose pas. En tant que société, j'aurais espéré qu'à tout le moins nous pourrions placer l'importance de la santé de nos citoyens au-dessus des intérêts commerciaux de ceux dont les produits cherchent à nuire à la santé de la population.

M. Pagtakhan: Vous avez employé à quelques reprises un mot très fort, le mot «deception». Est-ce la même chose qu'une image négative? Qu'entendez-vous exactement par «deception»?

[Text]

Dr. Hodkinson: It's a perversion of the English language. The industry is expert at using ambiguity and using language with a hidden message. It's something they've researched extremely well, and it's exploited to the hilt.

Mr. Pagtakhan: Were plain packaging to be recommended, what role will it play in eliminating the effect of that imagery?

Dr. Hodkinson: They're nowhere close to being as attractive or as identifiable as these objects in front of you. Kids smoke for a variety of reasons. One is that it looks cool, and they sure as hell wouldn't want to be caught with something that looks really dull.

Mr. Pagtakhan: Do you see any relationship between the sponsorship of sporting and art events and packaging?

Dr. Hodkinson: Very definitely. There's a continuing theme. The colours remain. The name is manipulated in a transparent way to show that it's still the same, adding "Inc." after it, something that disappears to the uninitiated. It's very clear that sponsorship is another form of advertising, and it uses the image that is on the package.

Mr. Pagtakhan: Are you making a submission as to the possible role of plain packaging in destroying this linkage, that we use the same type of trade and brand names, colours, and designs of cigarette packages now seen on store shelves in the sponsorship of sporting and arts events, and plain packaging would in fact destroy this linkage?

Dr. Hodkinson: Very definitely, and it's something we're strongly in favour of.

Mr. Pagtakhan: Thank you so much. Thank you, Madam Chair.

Ms Fry: Madam Chair, I think Dr. Pagtakhan just asked my question. Thank you.

M. de Savoye: Monsieur Hodkinson et monsieur Hagen, vous avez mentionné plus tôt qu'il existait plusieurs rapports démontrant que la tendance à la baisse des fumeurs au Canada accusait une pente plus forte qu'aux États-Unis. Dans ce contexte, nous atteindrons un seuil de zéro fumeur dans combien d'années, si la tendance se poursuit et si on ne touche pas à l'emballage banalisé? Et parallèlement, avec l'introduction de l'emballage banalisé, dans quelle mesure cela va-t-il affecté cette accélération, et combien de gens en moins seront enrôlés et mourront du tabac? Je suis un converti mais j'aimerais voir ce dont vous nous avez entretenus être traduit en chiffres, si c'est possible.

• 1155

Mr. Hagen: Unfortunately, we can't predict the future, and we can't predict the future of public health policy in Canada. We do know that the tobacco tax rollback has had a major impact on the health of Canadians, or will have a major impact, and we'll be able to monitor that in the months and years to come.

Generic packaging is one way to mitigate the tax rollbacks and the reduced prices and to replace what was previously the cornerstone of Canadian tobacco control policy in this country.

Mr. de Savoye: What I wanted you to address is, everything else being equal, if you pursued that slope year after year, in how many years would there be no smokers left in Canada, and what difference would the generic packaging make to that slope?

[Translation]

M. Hodkinson: C'est une perversion de la langue anglaise. L'industrie est championne de l'ambiguité et du message occulté. C'est un moyen qu'elle a analysé à fond et qu'elle exploite au maximum.

M. Pagtakhan: Si nous recommandons la banalisation de l'emballage, quel rôle jouerait-elle pour contrecarrer les effets de ces images?

M. Hodkinson: Les emballages banalisés sont loin d'être aussi attrayants ou identifiables que les objets qui sont devant vous. Les jeunes fument pour diverses raisons, notamment parce que c'est «cool», et ils se débattront comme tous les diables pour ne pas se faire prendre à faire quelque chose qui ait l'air niais.

M. Pagtakhan: Faites-vous un rapprochement entre la commandite de manifestations sportives et artistiques et l'emballage?

M. Hodkinson: Très certainement. Le thème est permanent. Les couleurs demeurent. On manipule le nom de façon transparente pour montrer qu'il est toujours le même, on y ajoute la mention «Inc.», mention qui disparaît aux yeux du non-initié. Il est très clair que la commandite est une autre forme de publicité, et qu'elle utilise l'image véhiculée par l'emballage.

M. Pagtakhan: Êtes-vous en train d'affirmer que nous utilisons les mêmes marques de commerce, les couleurs et les motifs des paquets de cigarettes vendus dans les magasins pour commanditer des manifestations sportives et artistiques, et que l'emballage banalisé romprait effectivement ce lieu?

M. Hodkinson: Très certainement, et nous appuyons très fortement cette idée.

M. Pagtakhan: Merci beaucoup. Merci, madame la présidente.

Mme Fry: Madame la présidente, je crois que le Dr Pagtakhan vient juste de poser ma question. Merci.

M. de Savoye: Mr. Hodkinson and Mr. Hagen, you mentioned earlier that several reports indicated a greater decrease in the number of smokers in Canada than in the United States. In how many years will we reach a zero level of smokers, should the trend be maintained and plain packaging left alone? And, with the introduction of plain packaging, to what extent will this affect this trend, and how many people will become addicted to and die from smoking? I am a convert but I would like to see actual figures of what you said, if possible.

M. Hagen: Malheureusement, nous ne pouvons pas prédire l'avenir des politiques sur la santé publique au Canada. Nous savons toutefois que les baisses des taxes sur le tabac ont eu ou auront une incidence majeure sur la santé des Canadiens, et que nous serons à même de le constater dans les mois et les années à venir.

L'emballage générique est une façon d'atténuer l'effet des réductions des taxes et des prix et de remplacer ce qui était la pierre angulaire de la politique anti-tabac du Canada.

M. de Savoye: Toutes choses étant égales par ailleurs, voici ce que je veux savoir: si cette tendance se maintient d'année en année, dans combien d'années ne restera-t-il plus de fumeurs au Canada, et quel rôle la banalisation des emballages jouera-t-elle dans cette évolution?

[Texte]

Mr. Hagen: You could take an average curve of what has already been researched and I suppose project another 30 or 40 years, if the trend continues. But the trend will continue only to the extent that the Canadian government decides to pursue a tobacco control policy in Canada.

Mr. de Savoye: That's what I meant by everything being equal. Now, if we introduce the generic packaging—

Mr. Hagen: That curve will also be affected by what's happened with the rollbacks, of course. So we predict that that curve is going to lose some of its slope.

Mr. de Savoye: So we have studies but no extrapolations have really been made from them to see what effects this or that policy could have to influence the slope.

Mr. Hagen: That is correct. What we have is analysis of various measures and comprehensive strategies that have been shown to effectively reduce tobacco consumption.

La présidente suppléante (Mme Picard): Docteur Hodkinson, monsieur Hagen, merci pour votre présentation. Bonne fin de journée.

Nous accueillons maintenant les gens du Conseil canadien des fabricants des produits du tabac dont M. Robert Parker est président. Monsieur Parker, je vous laisse le soin de nous présenter vos collègues. Je vous souhaite la bienvenue.

[Traduction]

M. Hagen: Vous pourriez prendre une courbe moyenne de la recherche antérieure et la projeter sur 30 ou 40 ans, si la tendance se maintient. Mais cette tendance ne se maintiendra que dans la mesure où le gouvernement canadien décidera de poursuivre une politique anti-tabac au Canada.

M. de Savoye: C'est ce que je voulais dire par l'expression toutes choses étant égales par ailleurs. Maintenant, si nous imposons l'emballage générique...

M. Hagen: Cette courbe sera également influencée par les répercussions des baisses de taxes, bien sûr. De sorte que nous pouvons prévoir que la courbe sera moins accentuée.

M. de Savoye: Il existe donc des études, mais on n'en a tiré vraiment aucune extrapolation pour établir les effets des politiques sur cette courbe.

M. Hagen: C'est exact. Nous disposons d'une analyse de diverses mesures et de stratégies anti-tabac globales qui ont fait leurs preuves.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Dr. Hodkinson, Mr. Hagen, thank you for your presentation. Enjoy the rest of the day.

We have now people from the Canadian Council of Tobacco Products Makers, of which Mr. Robert Parker is president. Mr. Parker, please introduce your colleagues. Welcome.

• 1200

Mr. Robert R. Parker (President, Canadian Tobacco Manufacturers Council): Thank you, Madam Chair, and good morning to members of the committee. My name is Robert Parker and I'm the President and Chief Executive Officer of the Canadian Tobacco Manufacturers Council. I am directly employed by and the principal spokesman for the three major Canadian tobacco manufacturers: Imperial Tobacco Limited; R.J.R. Macdonald Incorporated; and Rothmans, Benson & Hedges Inc.

We have submitted our brief to the Standing Committee on Health. Attached to it are a number of studies, research documents, and opinions from independent experts. Some of those authorities are present with me this morning and available to answer questions by committee members on the particular issues they have addressed.

With the chair's permission, I would like to introduce them now and call on them later, as members' questions require. They are Dr. Zalman Amit of Concordia University; Mr. Paul Jacobson of Jacobson Consulting Incorporated; Mr. Duncan McKie of Decima Research Limited; and Professor Robert Neil Morrison of McGill University.

As is noted in our brief, the manufacturers acknowledge the health risks related to tobacco consumption. Our brief speaks directly to the terms of reference established by this committee, that is to say, the effects of plain packaging on consumption and smuggling and the legal aspects of plain packaging.

M. Robert R. Parker (président, Conseil canadien des fabricants des produits du tabac): Merci, madame la présidente et membres du comité. Je m'appelle Robert Parker. Je suis président-directeur général du Conseil canadien des fabricants des produits du tabac. Je suis employé directement par les trois grands fabricants canadiens, à savoir Imperial Tobacco Ltée, R.J.R. Macdonald et Rothman's Benson & Hedges Inc., et je suis leur principal porte-parole.

Nous vous avons présenté notre mémoire, accompagné d'un certain nombre d'études, d'exposés de recherche et d'avis d'experts indépendants. Bon nombre de ces autorités sont ici ce matin et pourront répondre à vos questions dans leur domaine de spécialité.

Avec la permission de la présidente, je voudrais vous les présenter maintenant et je les inviterai à intervenir plus tard pour répondre à vos questions: le Dr Zalman Amit, de l'Université Concordia; M. Paul Jacobson, de Jacobson Consulting Inc.; M. Duncan McKie, de Decima Research Limited; et le professeur Robert Neil Morrison, de l'Université McGill.

Comme le précise notre mémoire, les fabricants reconnaissent les risques que représente pour la santé la consommation des produits du tabac. Notre mémoire porte directement sur le mandat du comité, à savoir les effets de l'emballage neutre sur la consommation et la contrebande, et les aspects juridiques de l'emballage banalisé.

[Text]

Based on examination of the facts, we oppose plain packaging on the grounds it will not decrease, and could increase, consumption of tobacco by young people. It will cause a resurgence of smuggling and have at least 10 other negative effects for Canada. There are numerous legal impediments to its introduction as well as significant economic and competitive costs.

Moreover, plain packaging is symptomatic of a range of tobacco control measures previously introduced that share two characteristics. They do not measurably impact on consumption but instead are aimed at damaging the manufacturers.

The primary issue I would like to draw to your attention in this opening statement has to do with the overall approach to tobacco control measures. These comments relate directly to the question of reducing consumption, and for purposes of illustration I will show you a chart extracted from the Informetrica/Jacobson consulting study, "Smoking Trends Among Canadians".

This chart shows the decline in the levels of smoking incidence in Canada over the last three decades. Prevalence is the percentage of current smokers in the adult population, defined by Health Canada as those 15 years of age and older. The chart also includes a comparison with the price of cigarettes in Canada over the same period and with prevalence declines in the United States. There are differences in the Canadian and American surveys, as Informetrica notes, and limitations therefore to this particular comparison.

All of the information on the charts is derived from publicly available government research studies in Canada and the United States. The data come from Statistics Canada, Health Canada, and the United States Centre for Disease Control.

My first and obvious point is that in Canada, large-scale, long-term societal changes on the decision to smoke have clearly taken place. As more and more Canadians either quit smoking or decide not to start, the force of that downward trend has been relentless for nearly 30 years. The obvious question, especially for public policy-makers considering future measures against tobacco consumption, is what caused these declines. Two very different countries, with very different tobacco control policies, have achieved virtually identical results. A larger percentage of Canadians than Americans smoked at the outset and a larger percentage still does. The difference was wider at the beginning of the period, narrower in the middle, and wider again from the mid-1980s on.

[Translation]

Nous nous opposons à l'emballage neutre parce que l'analyse des faits nous amène à conclure que non seulement il ne fera pas diminuer la consommation, mais il pourrait même la faire augmenter chez les jeunes. Il va susciter une reprise de la contrebande et n'aura pas moins de 10 autres conséquences négatives pour le Canada. Les obstacles juridiques à sa mise en oeuvre ne manquent pas, sans parler des torts considérables qu'il causera à l'économie et au jeu de la concurrence.

Par surcroît, la banalisation de l'emballage tombe dans la même catégorie qu'un ensemble de mesures antérieures de lutte contre le tabac qui, d'une part, n'ont pas d'incidence mesurable sur la consommation et, d'autre part, visent à nuire aux fabricants.

La principale question que j'aimerais porter à votre attention a trait à l'approche globale de la lutte anti-tabac. Nous abordons ici directement la question de la réduction de la consommation. En guise d'illustration, je vous montre un tableau tiré de l'étude d'Informetrica et de Jacobson Consulting intitulée «Les tendances de l'usage du tabac chez les Canadiens».

Ce tableau montre le déclin du tabagisme au Canada au cours des trente dernières années. La prévalence est le pourcentage de fumeurs actuels dans la population adulte, définie par Santé Canada comme celle des 15 ans ou plus. Le tableau établit aussi la comparaison avec le prix des cigarettes au Canada au cours de la même période, ainsi qu'avec le déclin du tabagisme aux États-Unis. Il y a des différences dans les méthodes d'enquête, comme le souligne Informetrica, ce qui impose certaines limites à cette comparaison en particulier.

Tous les renseignements sont tirés d'études gouvernementales accessibles au grand public, au Canada et aux États-Unis. Ils proviennent de Statistique Canada, de Santé Canada, et du Centre for Disease Control des États-Unis.

La première constatation qui s'impose est la suivante: il s'est produit dans la société canadienne, à la longue et sur une grande échelle, une modification profonde des attitudes à l'égard du tabagisme. Comme de plus en plus de Canadiens ont renoncé à fumer ou décidé de ne pas commencer, il s'est dessiné une tendance à la baisse dont la force ne se dément pas depuis près de 30 ans. Ce qu'il faut demander alors, surtout si on est un décideur public appelé à considérer de nouvelles mesures anti-tabac, c'est ce qui a bien pu provoquer ce déclin. Deux pays très différents, avec des politiques anti-tabac très différentes, ont obtenu des résultats pratiquement identiques. En pourcentage, il y avait plus de Canadiens que d'Américains qui fumaient au départ, et c'est encore le cas aujourd'hui. L'écart était plus marqué au début de la période considérée, il s'est refermé un peu à mi-chemin et s'est creusé de nouveau à partir du milieu des années 80.

• 1205

Many of the tobacco control measures, advertising bans, large package warnings, and price increases from tax hikes did not exist in either country for better than half of this period. The strongest controls, the highest prices, and the total bans on domestic advertising occurred in only one country, Canada, and only at the very end of the period.

Bon nombre des mesures anti-tabac—interdiction de la publicité, mises en garde bien visibles sur les paquets, hausses des prix par des hausses de taxes—n'existaient pas dans l'un ou l'autre des pays pendant plus de la moitié de cette période. Les mesures plus musclées, les prix plus élevés, l'interdiction totale de la publicité nationale n'ont été imposés que dans un seul pays, le Canada, et seulement vers la toute fin de la période.

[Texte]

At that precise time, the rate of decline for Canada slowed slightly. In fact, from the mid-1980s until the end of the period shown, the United States achieved better rates of decline in the percentage of smokers than Canada did.

The answer to the question about cause therefore has to lie in some policies or developments other than recent tobacco control measures. It might be health education programs or the general trend toward healthy lifestyles or increasing awareness of risk or demographics, but clearly something has been persuading millions of Canadians to decide to behave differently than they used to.

Whatever the explanation, policy-makers should know that in periods when advertising was not restricted, packaging was unregulated, warnings were smaller or non-existent, and prices were much lower, prevalence was clearly and continuously declining.

You have heard repeatedly the suggestion that the purpose of tobacco advertising and packaging and corporate sponsorship programs is to attract new consumers to the market. You've been told that the companies deliberately target new prospective smokers, most of them youth below the legal age for tobacco consumption. Testimony to that effect, for example, was given to you by a Mr. Pollay, and some of it was repeated this morning.

Some of the most serious of Mr. Pollay's statements are dealt with in a letter from the law firm of Mackenzie Gervais, which I have this morning filed, in both languages, with the clerk. I invite you to read that letter and the documents annexed to it, which include extracts from Mr. Pollay's sworn evidence during the Tobacco Products Control Act trial. I believe that you will then conclude that no credence whatever can be given to what he told you.

Accurate or not, however, these propositions have been put before the committee. Advertising, marketing, and packaging are supposedly used by companies, particularly tobacco companies, to increase the size of the market.

Given the deficiencies of the research, members of this committee have repeatedly inquired of witnesses about a pilot project. Well, it might not be accurate to call it a pilot, but the chart there represents a market test covering 300 million people and lasting for 30 years in Canada and the United States. Some promotional tools, packages, have been and continue to be freely used throughout the period. Advertising was progressively restricted, but still exists widely in the United States, and in Canada in the form of sponsorship programs. American tobacco advertising of course continues in a large percentage of the magazines circulating in Canada. Through the entire period, in both countries, despite the billions of dollars spent by tobacco companies on advertising, research, and marketing, the market declined. All of those powerful tools failed in the marketplace.

[Traduction]

À ce moment précis, le déclin a légèrement ralenti au Canada. En fait, à partir du milieu des années 80 jusqu'à la fin de la période considérée, le pourcentage de fumeurs a diminué davantage aux États-Unis qu'au Canada.

La cause du déclin doit donc, forcément, résider ailleurs que dans les mesures récentes de lutte contre l'usage du tabac. Il peut s'agir des programmes de sensibilisation à la santé, ou de la tendance générale à adopter des habitudes de vie plus saines, ou d'une conscience accrue des risques, ou encore, de facteurs démographiques. En tout cas, quelque chose a persuadé des millions de Canadiens de modifier leur comportement.

Quelle que soit l'explication, les décideurs devraient savoir qu'à l'époque où la publicité n'était pas restreinte, où l'emballage n'était pas réglementé, où les mises en garde étaient en petits caractères sinon inexistantes, et où les prix étaient plus bas, la prévalence accusait déjà un recul net et constant.

Or, on vous a laissé entendre à maintes reprises que la publicité du tabac, l'emballage des paquets et les commandites privées avaient pour objet d'attirer de nouveaux consommateurs dans ce marché. On vous a répété que les sociétés de tabac visaient délibérément la clientèle de nouveaux fumeurs, surtout chez les jeunes n'ayant pas encore l'âge légal de fumer. Vous avez entendu, par exemple, un témoignage en ce sens de la part d'un certain M. Pollay.

J'ai déposé ce matin auprès de la greffière, dans les deux langues, une lettre du cabinet d'avocats McKenzie-Gervais traitant de quelques-unes de ces plus sérieuses accusations. Je vous invite à la lire de même que les documents en annexe, notamment des extraits du témoignage qu'il a livrés sous serment au sujet de la Loi réglementant les produits du tabac. Je crois que vous en viendrez à la conclusion qu'on ne peut nullement ajouter foi à ce que M. Pollay avance.

Quelles soient fondées ou non, il reste que ces allégations ont été faites devant vous, à savoir que les sociétés, surtout les sociétés de tabac, utilisent supposément la publicité, le marketing et l'emballage pour augmenter la taille du marché.

Étant donné les lacunes de la recherche, il n'est pas étonnant que le comité ait souvent interrogé les témoins au sujet d'un projet pilote. Il ne convient sans doute pas de le qualifier de projet pilote, mais ce tableau représente en quelque sorte une étude de marché de 30 ans auprès de 300 millions de personnes au Canada et aux États-Unis. Certains outils de promotion, les emballages, ont été utilisés librement tout au long de la période et le sont encore aujourd'hui. La publicité a été restreinte progressivement, mais elle est encore très présente aux États-Unis et au Canada sous la forme de commandites. Et évidemment, la publicité américaine sur les produits du tabac paraît toujours dans une très grande partie des revues en circulation au Canada. Tout au long de la période considérée, malgré les milliards de dollars que les compagnies ont dépensés en publicité, en recherche et en marketing, le marché a décliné dans les deux pays. Tous ces puissants outils de promotion n'ont eu aucun effet sur le marché.

[Text]

I believe there are two choices: the committee could conclude that the tools do work but that for several generations of business and marketing management, tobacco manufacturers have simply been incompetent, or you could conclude that what you have been told, largely by people without the slightest background, experience, or qualifications in private-sector business, is wrong.

The tobacco companies' marketing strategies, of course, are not incompetent. As for the notion that if all that marketing effort and expenditure wasn't effective tobacco companies wouldn't be doing it, that's exactly correct. Those funds are spent because they are effective in increasing or defending market share, not market size.

We believe there is no other choice: if they work in general, then the tobacco industry hasn't been able to make them work in its case, or this committee is being sold a false proposition in plain packaging.

This committee has heard more than one anti-tobacco group describe these Canadian results as world precedent-setting declines, with charts that supposedly prove it. As is outlined in some detail by Informetrica and Jacobson Consulting, such claims are not supported by the data.

What is my point? It's certainly not that the campaign against tobacco isn't working; it clearly is. It's not that price has no impact on consumption; it does. The point is that the success achieved has not been achieved for the stated reasons.

• 1210

We believe that is key to your deliberations. There's no question that tobacco control measures imposed in Canada have been designed to damage the manufacturers, along with farmers, retailers and consumers. In fact, as you have heard repeatedly, damaging the manufacturers has been and continues to be a principle aim of many anti-tobacco groups. That's why plain packaging is such a dandy idea in their opinion.

However, damaging the manufacturers has not hastened a decline in smoking. It has had other side effects—some very costly ones—for the country as a whole. Has anyone ever quit smoking because of a tax on the manufacturers? We see absolutely no connection. We believe that link, or its absence, is central to the question before you. Are you interested in yet another ineffective measure, or are you looking for serious anti-smoking measures? Everything said by the committee members has convinced me of the latter.

The industry's concern, now and in the past, has been with measures that offer no prospect of achieving a reduction in consumption. These succeed only in imposing unnecessary costs on the tobacco industry and on the country.

If measures proposed to you have no real impact on the smoking decision, such measures are of no assistance to you in your search for strategies to reduce tobacco consumption. They simply waste time.

[Translation]

Il vous faut maintenant choisir entre deux choses. Vous pouvez en déduire que les outils fonctionnent bel et bien, mais que pendant plusieurs générations successives de directeurs des affaires et du marketing, les fabricants de tabac ont été tout simplement incompetents, ou vous pouvez conclure à la fausseté de ce que vous avez entendu, de la part surtout de gens qui n'ont pas le moindre antécédent, la moindre expérience ou la moindre compétence dans les affaires du secteur privé.

Les stratégies de marketing des sociétés de tabac ne sont pas mauvaises, c'est bien entendu. Et il est tout à fait exact de dire qu'elles ne consacraient pas en vain tant d'efforts et d'argent à la promotion. Ces fonds-là sont dépensés parce qu'ils permettent d'augmenter ou de maintenir une part du marché, et non pas la taille du marché.

Il n'y pas d'autre alternative. Ou bien ces stratégies fonctionnent en général et l'industrie du tabac n'a pas été capable de les utiliser à son profit, ou bien on essaie de vous vendre l'idée de l'emballage neutre sous de fausses représentations.

Le comité a entendu plus d'un groupe anti-tabac vanter les résultats obtenus au Canada et parler de déclins sans précédent dans le monde, avec des tableaux censés le prouver. Mais comme l'expliquent en détail Informetrica et Jacobson Consulting, de telles affirmations ne résistent absolument pas à l'analyse.

Là où je veux en venir n'est certainement pas que la campagne anti-tabac ne fonctionne pas. Elle fonctionne. Ce n'est pas non plus que le prix n'a aucune incidence sur la consommation. Il en a une. Le succès obtenu n'est pas lié aux raisons invoquées.

C'est là un point crucial pour les délibérations du comité. De toute évidence, les mesures anti-tabac imposées au Canada visent à nuire aux fabricants, ainsi qu'aux producteurs, détaillants et consommateurs. En fait, comme de nombreux témoins vous l'ont répété à maintes reprises, les groupes anti-tabac ont toujours cherché avant tout à faire mal aux fabricants. Voilà pourquoi ils trouvent si épataante l'idée des emballages neutres.

Mais le tort fait aux fabricants n'a pas eu pour effet accéléré le déclin du tabagisme. Il a plutôt eu d'autres conséquences très néfastes pour l'ensemble du pays. Quelqu'un a-t-il jamais arrêté de fumer parce qu'on s'en prenait aux fabricants? Nous n'y voyons absolument aucun rapport et, à notre avis, c'est là que réside toute la question dont est saisi le comité. Voulez-vous encore une autre mesure de harcèlement stérile, ou plutôt des mesures anti-tabac sérieuses? Tout ce que les membres du comité ont dit me convainc que c'est cette dernière partie de la question qui les intéresse.

Ce qui nous préoccupe, aujourd'hui comme avant, ce sont justement ces mesures qui n'ont aucune chance de réduire le tabagisme et qui ne réussissent qu'à imposer des frais inutiles à l'industrie du tabac et au pays.

Si les mesures proposées par les militants anti-tabac, quel que soit l'effet prédit, n'ont aucune incidence sur la décision de fumer, elles n'aident en rien votre recherche de stratégies visant à réduire la consommation. Elles constituent simplement une perte de temps.

[Texte]

Despite the controversy surrounding it, tobacco is, and remains, a legal product. The corporations involved in its growth, manufacture, and distribution have all the legal rights and protections available to any corporation. Attempts to unfairly discriminate against these corporations, to damage them because people still choose to smoke, or to punish them for the failure of poorly designed government policies, are themselves unfair. They're properly and appropriately open to legal and procedural challenge.

We believe these misguided measures—I include plain packaging—make bad policy, by definition. They set poor precedents. They create undesirable side effects at a huge public cost, such as tobacco smuggling, which is the largest single organized crime problem Canada has ever experienced. They don't work.

Please look carefully at that chart. This is not a world-precedent-setting decline. It does show significant progress toward your goals. It shows virtually no success for the numerous recent recipes for accelerating the prevalence decline urged on governments in the past by the same people now promoting plain packaging.

As you consider the alleged benefits of their latest idea, please remember the benefits and the costs of their previous ideas. They were not sound public policy. Neither is plain packaging.

The committee has established very clear terms of reference. What will plain packaging do to consumption? On the evidence so far, it will do nothing, except perhaps increase the uptake of smoking by youth, which is exactly the opposite of the intended effect.

Dr. Amit of Decima Research, Dr. Chakrapani, and Professor Morrison all comment on this in their evaluations and papers. Health department officials have already told you they collaborated in the Canadian Cancer Society study, but, despite that, they said it provides no statistically valid evidence of a favourable impact on consumption.

There is extensive other evidence and commentary that all leads to the same conclusion that packaging and advertising are marketing tools used for building the brand share, not the size of the market.

What effect will plain packaging have on smuggling? For any commodity there are only two things that cause smuggling: price differential and non-availability. Counterfeiting of these manufacturer's brands began to spread because counterfeits could be openly displayed and sold by dishonest retailers who were tired of losing sales to criminals.

These are samples I would like to pass around, with the chairman's permission. I invite members to pick out the counterfeit packages.

Price has come down since February in at least five provinces. The economic incentive to smuggle is certainly not as large as it was. Plain packaging, we believe, brings it back for two reasons. People can counterfeit plain packs even more easily than the coloured ones. Counterfeits might cost criminals \$3 or \$4 per carton to make. It would sell on the street for six times that.

[Traduction]

Malgré la controverse qui l'entoure, le tabac demeure un produit légal. Les sociétés commerciales qui le cultivent, le transforment et le distribuent jouissent de tous les droits et de toute la protection conférée par la loi, au même titre que n'importe quelle entreprise. Il est injuste de faire de la discrimination à leur endroit, de leur nuire parce qu'il y a encore des gens qui choisissent de fumer, de leur faire payer l'échec de politiques gouvernementales mal conçues au départ. Les tentatives en ce sens ont tout lieu d'être contestées devant les tribunaux.

Nous croyons que ces mesures malencontreuses, et j'y inclus l'emballage neutre, ne servent pas du tout l'intérêt public. Elles créent de malheureux précédents. Elles provoquent des effets secondaires qui font un tort énorme à la société, comme la contrebande du tabac, le plus grave problème de crime organisé que le Canada ait jamais connu. Bref, elles ne fonctionnent pas.

Regardez bien ce tableau. Il ne représente pas un déclin sans précédent dans le monde. Il illustre certes un important progrès vers l'objectif que vous vissez. Il n'attribue pratiquement aucun mérite aux nombreuses recettes si chaudement recommandées aux gouvernements dans le passé par les mêmes personnes qui préconisent aujourd'hui la banalisation des emballages.

Lorsque vous examinerez les présumés avantages de leur toute dernière trouvaille, rappelez-vous les avantages et les conséquences de leurs trouvailles antérieures. Elles n'ont pas débouché sur des politiques saines. Il en va de même pour l'emballage neutre.

Vous vous êtes donné un mandat très clair. Quelle incidence les emballages neutres auront-ils sur la consommation? Aucune, si on s'en remet aux témoignages recueillis jusqu'ici, sinon peut-être celle d'inciter davantage de jeunes à commencer à fumer, ce qui est exactement l'inverse du but visé.

Le Dr Amrit, Decima Research, le Dr Chakrapani et le professeur Morrison le soulignent tous dans leurs analyses. Des fonctionnaires de la Santé vous ont déjà dit avoir collaboré à l'étude de la Société canadienne du cancer, mais ils n'ont pas moins déclaré que cette étude n'apportait aucune preuve statistiquement valable d'un effet désiré sur la consommation.

Il existe beaucoup d'autres témoignages et commentaires, qui aboutissent tous à la même conclusion: l'emballage et la publicité sont des outils de marketing qui servent à obtenir une part du marché, non à le faire grossir.

Quel effet l'emballage neutre aura-t-il sur la contrebande? Pour n'importe quel produit, il y a seulement deux choses qui provoquent la contrebande: la différence de prix et la non-disponibilité. Des paquets de cigarette contrefaits ont commencé à se répandre sur le marché parce que des détaillants malhonnêtes, lassés de perdre des ventes aux mains de criminels, pouvaient librement les mettre en étalage et les vendre.

Voici des échantillons, que je distribue avec la permission de la présidente. J'invite les membres du comité à distinguer les vrais des faux.

Les prix ont diminué depuis février dernier, dans cinq provinces au moins. L'incitation à la contrebande tend donc à disparaître. Mais la banalisation des emballages la fera réapparaître, pour deux raisons. D'abord, il sera encore plus facile de contrefaire les paquets neutres que les paquets attrayants des fabricants. Une cartouche contrefaite coûtera peut-être 3\$ ou 4\$ à fabriquer, mais se vendra six fois plus cher au marché noir.

[Text]

Second, assume that everything you've been told about the unattractiveness of plain packaging to consumers is exactly true. Branded packages would no longer be available on the legal market, but they would on the black market. If smokers prefer branded packages as strongly as you have been told, smokers will pay more than the legal price for them. Non-availability would reignite smuggling and provide substantial illegal profits. You've heard other expert testimony on this point. In addition, Professor Morrison from McGill examines this and the likely effect on consumption from price competition in his paper.

[Translation]

En second lieu, supposons que ce soit vrai, tout ce que vous avez entendu sur le peu d'attrait que les emballages neutres exercent sur les consommateurs. Les paquets portant la marque du fabricant ne seraient plus disponibles sur le marché légal, mais ils le seraient sur le marché noir. Si les fumeurs ont pour les paquets de marque une préférence aussi forte qu'on vous l'a dit, ils n'hésiteront pas à payer plus cher pour se les procurer. La non-disponibilité relancerait la contrebande et rapporterait d'énormes profits illicites. Vous avez entendu d'autres témoignages d'experts à ce sujet. Le professeur Morrison, de l'Université McGill, notamment, en parle dans son exposé, ainsi que de l'effet probable qu'une guerre des prix aurait sur la consommation.

• 1215

What are the legal aspects of plain packaging? These new warnings, the largest in the world, are just now coming onto the market. No measurement of their effect, if any, will be possible for well over a year. The change has cost the manufacturers upwards of \$30 million. Does the committee recommend throwing that experiment out and trying another one, also without proof of its effects?

The Supreme Court is going to hear an appeal on the Tobacco Products Control Act case later this year. Many of those issues apply directly to plain packaging. Again, is the committee to recommend proceeding without knowing the Supreme Court's decision?

Trademarks are protected under the North American Free Trade Agreement, the General Agreement on Tariffs and Trade, and other treaties. That is clear. We have provided you with two Canadian opinions, one from Ogilvy Renault and one from Grey, Clark, Shih and Associates Limited. Will the committee recommend plain packaging, knowing it will cause multi-billion dollar claims for compensation, and again without proof of efficacy?

Plain packaging will cause jobs to disappear in packaging and manufacturing and in legal wholesaling and retailing. Is that a desired effect, again with no proof of impact on consumption?

Competition in any industry is a complicated matter. What would plain packaging really do to the tobacco manufacturers? This is much more complex than has been acknowledged in other testimony before you. Aside from damage to the companies, what damage does it do to the economy? Are there any benefits? Professor Morrison's testimony discusses that in detail.

Madam Chair, our brief and the experts' reports, names and credentials are before you. We look forward to your questions.

Mr. Martin: Thank you for coming out today.

I would just like to ask, Mr. Parker, does smoking cause cancer and kill people?

Mr. Parker: The industry has responded to that and similar questions on many occasions.

Quels sont les aspects juridiques de l'emballage neutre? Ces nouvelles mises en garde, les plus grandes au monde, font tout juste leur apparition sur le marché. Il ne sera donc pas possible d'en mesurer l'effet, si effet il y a, avant une longue année au moins. Il en a coûté aux fabricants jusqu'à 30 millions de dollars pour les imprimer sur les paquets. Allez-vous recommander de laisser tomber cette expérience et d'en tenter une autre, sans savoir non plus quels seront ses effets?

Plus tard cette année, la Cour suprême entendra l'appel interjeté au sujet de la Loi réglementant les produits du tabac. Bon nombre des points en litige dans cette affaire s'appliquent à l'emballage neutre. Allez-vous recommander qu'on aille de l'avant sans connaître la décision de la Cour suprême?

Les marques de commerce sont protégées par l'Accord de libre-échange nord-américain, par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce et par d'autres traités. Cela est clair. Nous vous avons soumis deux avis canadiens à ce sujet, ceux d'Ogilvy Renault et de Grey, Clark, Shih & Associates Limited. Allez-vous recommander l'emballage neutre, sans avoir la moindre preuve de son efficacité, en sachant qu'il provoquera des poursuites en dommages-intérêts de plusieurs milliards de dollars?

La banalisation des produits du tabac fera disparaître des emplois, dans l'emballage, dans la fabrication et dans la vente légale de gros et de détail. Est-ce bien cela qu'on veut, encore une fois sans savoir à coup sûr quel sera l'effet sur la consommation?

La concurrence est une affaire compliquée dans n'importe quelle industrie. Quelles seraient les conséquences réelles de la banalisation pour les sociétés de tabac? La question est beaucoup plus complexe qu'on a voulu l'admettre. Outre les dommages infligés aux sociétés, quels seront ceux que subira l'économie? Y aura-t-il le moindre avantage? Le professeur Morrison élabore là-dessus dans son témoignage.

Madame la présidente, vous avez devant vous notre mémoire, nos rapports d'experts, ainsi que les noms des auteurs, et leurs compétences. Nous répondrons à vos questions avec plaisir..

M. Martin: Merci d'être venu aujourd'hui.

Je veux seulement demander, monsieur Parker, si le tabagisme cause le cancer et la mort?

M. Parker: L'industrie a répondu à cela et à des questions semblables à plusieurs occasions.

[Texte]

Mr. Martin: I would just like to know your answer to that, yes or no.

Mr. Parker: There is a clear statistical connection between tobacco consumption and a long list of health ill effects, including cancer.

Mr. Martin: Would you like to see an increase or a decrease in tobacco consumption in Canada, as a representative of the Canadian Tobacco Manufacturers' Council?

Mr. Parker: The size of tobacco consumption in Canada is completely beyond the control of the manufacturers. Whatever the demand for it in a legal market, the manufacturers wish to sell the product to those who wish to buy it as long as that market exists. But that's the outside limit of our control. Size of market, as I referred to in my opening statement, is simply beyond the control of manufacturers and has been for many years.

Mr. Martin: As a manufacturer of a product, would you not like to see an increase in the sales of that product?

Mr. Parker: If the question is whether the continuous decline in the size of the market causes joy in the boardrooms of the industry, I think the answer would be no. Their volumes are going down, but they have to deal with that as a fact of business life because there is nothing they can do to change it.

Mr. Martin: There's nothing you can do to change that?

Mr. Parker: No. There's one point in our formal brief on page 20 that I might just draw to your attention. It quotes from a book written by Dr. Michel Laroche, who was a witness for the government in the TPCA trial. The book is called *Advertising Management in Canada*. It is a book described by Mr. Pollay as the leading Canadian advertising text. This is in point 20 at the top of page 20 of our brief:

The point cannot be over-emphasized. Vast amounts of money spent on advertising and publicity to promote a given brand of cigarettes will not persuade a non-smoker to smoke.

The industry stuck with that. We believe it to be true, and so do all of the outside experts, including government, that we have seen testimony from.

Mr. Martin: Then why do you invest all this money in coming here and in advertising if it doesn't have any effect on smokers?

• 1220

Mr. Parker: It has to do with brand share, sir.

Dr. Morrison's paper—and perhaps he might want to address this after I finish—deals with the fact that market share, brand share, is directly related to profitability. As companies drive up the percentage of the existing market that is filled by their products as opposed to by one of the competitors, their profitability moves with it. Advertising, packaging and promotion are used to either defend your existing market share or increase it at the expense of your competitors.

Mr. Martin: I have one quick question, if I may, Professor Morrison, because this relates to your area of expertise. Do tobacco companies target advertising to youth, to children? Advertising gimmicks such as Joe Camel may be an example of that. Can you explain the presence of that entity in advertising and what effect or what purpose it may have?

[Traduction]

M. Martin: Je veux seulement connaître votre réponse là-dessus, oui ou non.

M. Parker: Il existe un lien statistique clair entre le tabagisme et une longue liste d'effets néfastes sur la santé, notamment le cancer.

M. Martin: En tant que représentant du Conseil canadien des fabricants des produits du tabac, aimeriez-vous voir augmenter ou diminuer le tabagisme au Canada?

M. Parker: Le tabagisme au Canada échappe entièrement au contrôle des fabricants. Quelle qu'en soit la demande sur le marché légal, les fabricants veulent vendre leurs produits à ceux qui désirent l'acheter tant que ce marché existe. La taille du marché, comme je l'ai dit dans ma déclaration d'ouverture, échappe tout simplement au contrôle des fabricants, et c'est vrai depuis plusieurs années.

M. Martin: En tant que fabricant d'un produit, n'aimeriez-vous pas voir augmenter les ventes de ce produit?

M. Parker: Si vous voulez savoir si le déclin continu de la taille du marché déclenche la joie dans les salles de réunion de l'industrie, c'est non. Les volumes diminuent, mais les fabricants doivent considérer cela comme un état de fait, car ils n'y peuvent rien.

M. Martin: Vous ne pouvez rien faire pour changer cela?

M. Parker: Non. Il y a un point à la page 20 de notre document officiel sur lequel je veux attirer votre attention. Nous citons un ouvrage du Dr Michel Laroche, qui a témoigné pour le gouvernement dans l'affaire de la Loi réglementant les produits du tabac. Son ouvrage s'intitule *Gestion de la publicité au Canada*. Ce livre est décrit par M. Pollay le considère comme le manuel d'avant-garde de la publicité au Canada. Je me reporte au point 20 en haut de la page 20 de notre mémoire:

On ne saurait trop insister sur cette question. Les énormes sommes d'argent dépensées en publicité afin de promouvoir une marque de cigarette ne convaincront jamais un non-fumeur de fumer.

L'industrie est d'accord. Nous croyons que c'est vrai, de même que tous les experts de l'extérieur, y compris le gouvernement, dont nous avons vu le témoignage.

M. Martin: Alors pourquoi investir tant d'argent pour venir ici et faire de la publicité, si cela n'a aucun effet sur les fumeurs?

M. Parker: Il s'agit de la part de marché des marques, monsieur.

Le document du Dr Morrison—dont il voudra peut-être parler lui-même après moi—explique que la part du marché, la part d'une marque, est liée directement à la rentabilité. Les profits augmentent dans la mesure où une société augmente la part du marché auquel elle fournit ses produits, par rapport à l'un de ses concurrents. La publicité, l'emballage et la promotion servent soit à préserver la part du marché acquise, soit à l'accroître aux dépens des concurrents.

M. Martin: Permettez-moi, monsieur Morrison, de vous poser une petite question relevant de votre domaine d'expertise. Les fabricants de tabac orientent-ils leur publicité vers la jeunesse, vers les enfants? Un artifice publicitaire comme celui de Joe Camel en est peut-être un exemple. Pouvez-vous expliquer la présence de cette entité dans la publicité et quel effet elle peut avoir ou quelle fin elle peut viser?

[Text]

[Translation]

Professor R. N. Morrison (Faculty of Management, McGill University): As far as I know, there is no such targeting. Certainly not to young people. Advertising, as has been mentioned, essentially is primarily a defensive kind of measure taken by companies to protect market share. It becomes offensive to the extent that they try then to increase market share. But I think they know better than anyone that advertising is not going to increase overall; that is to say, aggregate consumption.

Mr. Martin: Can you honestly say to me that creatures such as Joe Camel are not there to entice youth and children to take up smoking? Can you honestly—

Prof. Morrison: You are speaking about an American experience. One interesting aspect of that, by the way, is that I have never seen Joe Camel. It's an American phenomenon, and believe it or not—

Mr. Martin: You know what I am talking about.

Prof. Morrison: I guess I have heard about it, but believe it or not I haven't seen it.

So my ability to comment is actually limited. But different advertising firms use different advertising gimmicks. I've looked at the overall effect of advertising on overall consumption and I have satisfied myself that there is no relationship. I have done that two ways. I have done it statistically to the extent that the data is available to me. In the brief I prepared, I traced out, if you like, the logic of it, because we are looking at a new variant of advertising now in which we have no empirical data. So I traced out what may happen. The logic, I'm afraid, brings me to the same conclusion, that there is no impact.

Mr. Pagtakhan: I thank you for your presentation.

My colleague asked you whether you believed there was damage to health. I would like to qualify for the record, Mr. Parker, that you equally believe that cigarette smoking is addictive.

Mr. Parker: The Government of Canada has decided as a matter of law, Dr. Pagtakhan, that smoking is addictive. I'm a layman and any opinion I have would be irrelevant. That precise message is going to appear on one-eighth of all the packages sold in Canada effective in September, along with a number of other messages. The decision has been made.

Mr. Pagtakhan: I don't want you to prejudge the relevance of your answer to the question. I would appreciate an answer to the question. Do you or do you not believe that cigarette smoking is addictive?

Mr. Parker: Dr. Pagtakhan, as I pointed out, I am a layman. I would be happy to tell you what I know.

Mr. Pagtakhan: In the discussions among the members of the manufacturers' council, do they believe or not believe that cigarette smoking is addictive?

Mr. Parker: The discussions I have had with our executives, and they are frequent on this topic—it has been in the news over the last several weeks in the United States and elsewhere—have all turned on the same point. The Government of Canada has decided as a matter of law that cigarettes are addictive and that message is to appear on packages. Therefore, our opinions, or any we might have, are irrelevant.

M. R.N. Morrison (professeur, Faculté de gestion, Université McGill): Que je sache, il n'y a pas d'intention de ce genre. On ne vise certainement pas les jeunes. La publicité, je le répète, est essentiellement une mesure de défense prise par le fabricant pour préserver sa part du marché. Elle ne devient agressive que dans la mesure où elle tente d'augmenter la part du marché. Mais je pense que vous savez mieux que personne que la publicité n'augmente pas la consommation globale.

M. Martin: Pouvez-vous me dire honnêtement que des créations comme Joe Camel ne visent pas à inciter les jeunes et les enfants à fumer? Pouvez-vous honnêtement... .

M. Morrison: Vous parlez d'un phénomène américain. Or, comme par hasard, je n'ai jamais vu Joe Camel. Cela se passe aux États-Unis, et, croyez-le ou non... .

M. Martin: Vous savez très bien ce dont je parle.

M. Morrison: J'en ai peut-être entendu parler, mais franchement, je ne l'ai pas vu.

Je ne me sens donc guère qualifié pour en discuter. Chaque fabricant utilise son propre truc publicitaire. J'ai analysé l'effet global de la publicité sur l'ensemble de la consommation et j'ai acquis la conviction qu'il n'y a pas de relation de cause à effet entre les deux. Je m'y suis pris de deux façons. J'ai utilisé des statistiques dans la mesure où j'y avais accès. Dans le mémoire que j'ai préparé, j'en ai en quelque sorte décrit la logique, car nous examinons maintenant un nouveau mode de publicité sur lequel nous n'avons aucune donnée empirique. J'ai donc décrit ce qui pourrait se produire. En fin de compte, la logique me conduit toutefois à la même conclusion, c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'effet.

M. Pagtakhan: Je vous remercie de votre témoignage.

Mon collègue vous a demandé si vous croyez que le tabac nuit à la santé. J'ajouterais pour le compte rendu, monsieur Parker, que vous croyez vous aussi que le tabagisme est toxicomanogène.

M. Parker: Le gouvernement du Canada a décidé par mesure législative que fumer est toxicomanogène. Je ne suis qu'un profane et mon avis n'a aucun intérêt. Ce message figurera précisément sur un huitième de tous les paquets de cigarette vendus au Canada à partir de septembre, en même temps que quelques autres messages. La décision est prise.

M. Pagtakhan: Je ne me prononcerai pas sur l'à propos de votre réponse à la question. J'aimerais bien que vous y répondiez. Croyez-vous, oui ou non, que la cigarette soit toxicomanogène?

M. Parker: Docteur Pagtakhan, je répète que je ne suis qu'un profane. Je suis tout disposé à vous dire ce que je sais.

M. Pagtakhan: Quand ils discutent entre eux, les membres du Conseil des fabricants croient-ils, oui ou non, que la cigarette soit toxicomanogène?

M. Parker: Les discussions que j'ai eues avec nos dirigeants, fréquentes sur ce sujet comme en témoignent les nombreux articles des dernières semaines aux États-Unis et ailleurs, en reviennent toutes au même point. Le gouvernement du Canada a décidé par mesure législative que la cigarette est toxicomanogène et que ce message figurera sur les paquets. Par conséquent, nos avis, actuels ou éventuels, sont sans intérêt.

[Texte]

Dr. Amit, I might point out to you, is a behavioural psychologist and pharmacologist and is an expert in this area. I would be happy to address the question to him.

Mr. Pagtakhan: I will come to that later on, and I have a few questions for Dr. Amit later on. But I can see that you decline to answer the question specifically, and I appreciate your right to decline.

Mr. Parker: Dr. Pagtakhan, that's not the case. I am happy to tell you what I know about the connection between smoking and addiction. I simply say that I cannot reach a conclusion on that as a layman, but I can tell you what I know if you are interested in that.

Mr. Pagtakhan: Yes. What's the connection, in a nutshell?

Mr. Parker: I can tell you as a smoker that smoking is habit-forming; it is a hard habit to quit. Anybody who has quit, as I have, for a lengthy period of years knows it's difficult to give up. I know that 35% of the Canadian population are former smokers and that most of them quit without any outside assistance. I know that the 29%, and the number continuously declines, who still smoke might experience what I experienced. I know that the experts on addiction, including people in your own profession, disagree very sharply on what an addiction definition is and whether tobacco smoking or nicotine fit it. I think the public policy—

[Traduction]

Je vous signale que le Dr Amit est psychologue du comportement et pharmacologue, et qu'il est spécialiste de ce domaine. Je me ferai un plaisir de lui poser la question.

M. Pagtakhan: J'y reviendrai et j'aurai quelques questions à poser au Dr Amit plus tard. Mais je peux voir que vous évitez de répondre précisément à la question, et c'est parfaitement votre droit.

M. Parker: Docteur Pagtakhan, ce n'est pas cela. Je peux vous dire bien volontiers ce que je sais du lien entre le tabagisme et l'accoutumance. Je dis simplement que je n'ai pas la compétence pour aboutir à une telle conclusion, mais je peux vous dire ce que je sais si cela vous intéresse.

M. Pagtakhan: Oui. En un mot, quel est ce lien?

M. Parker: Je peux vous dire, comme fumeur, que le tabac crée une accoutumance dont il est difficile de se défaire. Quiconque a cessé de fumer, comme moi, depuis de nombreuses années sait que c'est difficile. Je sais que la population canadienne compte 35 p. 100 d'anciens fumeurs dont la plupart ont cessé de fumer sans aide. Je sais que les 29 p. 100, chiffre qui baisse de façon continue, qui fument encore pourraient connaître les mêmes difficultés que moi. Je sais que les spécialistes de l'accoutumance, y compris des membres de votre propre profession, ont des avis très divergents sur la définition de l'accoutumance et ne s'entendent pas pour dire si on peut l'appliquer au tabagisme ou à la nicotine. Je pense que la politique officielle...

• 1225

Mr. Pagtakhan: If I may interrupt you, Mr. Parker, on the contrary, the overwhelming scientific and medical evidence indicates that cigarette smoking is addictive.

There are six criteria, Mr. Parker, and time does not permit me to list them.

But it is evident and experimental studies by Dr. Noble of the tobacco industry showed that you can administer the drug to rats and induce that addiction in rats. So there is experimental evidence and overwhelming medical evidence—from the Surgeon General of the United States, for example—and to say that there are people in our profession who in fact disagree, I think we can set that point aside at this time.

If the total consumption of cigarettes is in fact not affected by advertising, then the change to plain packaging would likely not change the total consumption of cigarettes. Why are you and all companies worried?

Mr. Parker: For the following reason, sir. It will not affect the overall consumption of cigarettes, but it will radically and dramatically change the competitive environment.

Mr. Pagtakhan: In other words, if one company wins, the other company loses.

Mr. Parker: Yes.

Mr. Pagtakhan: But why do all companies complain?

Mr. Parker: Because they don't know who is going to win or who is going to lose.

M. Pagtakhan: Permettez-moi de vous interrompre, monsieur Parker, car au contraire, des preuves scientifiques et médicales écrasantes démontrent que la cigarette est toxicomanogène.

Il existe six critères de preuve, monsieur Parker, mais je n'ai pas le temps de les énumérer.

Il est néanmoins évident, et les expériences menées par le Dr De Noble de l'industrie du tabac l'ont prouvé, que la drogue inoculée à des rats crée chez eux une accoutumance. Il existe des preuves expérimentales et des preuves médicales incontestables—du Surgeon General des États-Unis, par exemple—and je pense qu'on peut arrêter de prétendre que des membres de notre profession pensent le contraire.

Si la publicité n'influence pas vraiment la consommation totale de cigarettes, on peut en déduire que l'adoption de l'emballage neutre n'y changera probablement pas grand chose. De quoi donc les fabricants s'inquiètent-ils alors?

M. Parker: Ce qui les inquiète, c'est que même si la consommation totale de cigarettes demeure stationnaire, cette mesure chamboulera les lois du marché.

Mr. Pagtakhan: Ce qui veut dire que ce qu'un fabricant gagnera, l'autre le perdra.

M. Parker: Oui.

Mr. Pagtakhan: Mais pourquoi tous les fabricants se plaignent-ils?

M. Parker: Parce qu'ils ne savent pas qui gagnera ou qui perdra.

[Text]

That same equation has been working for decades when advertising and packaging have been permitted, and the market has been going continuously down, as those Government of Canada figures show.

Mr. Pagtakhan: You indicated that they dropped. Would the drop not have been significantly more if in fact there had not been any massive advertising?

Mr. Parker: We do not believe that, sir.

Mr. Pagtakhan: I would like to ask one of your experts to answer that question.

Mr. Parker: I would be happy to do that. I'd make one point to you. In countries that introduced advertising bans long before Canada did—Finland, for example—10 years afterwards consumption had gone up, particularly among young people. There were more smokers after a ban in advertising than before.

You can look in various countries around the world where there are some restrictions, no restrictions, or total restrictions on tobacco advertising and find all kinds of different effects, which, I would suggest, simply supports the point that advertising and consumption are not related.

Mr. Pagtakhan: I would like to tell you, Mr. Parker, that the incidence of tuberculosis in Canada and in the world had shown a decrease because of the improvement in societal living conditions. It did not deter the medical profession and the scientific profession from searching for the magic cure for tuberculosis to add to the beneficial effect of societal improvement. So to suggest that the drop disproves the effect of price on the decrease in consumption of cigarettes is fallacious. Would you agree?

Mr. Parker: What I would agree to is that's not what I said, Dr. Pagtakhan. Price does have an influence on consumption, and that's clearly stated in our brief and in the *Informetrica/Jacobson* paper.

All I suggested is that some of the measures, not all of them, used by governments have not had an impact in accelerating the rate of decline.

I certainly accept that the goal of the committee is to find measures that will do that. We're not here to argue with that. We're here to argue that plain packaging will not have such an effect.

Would you like to have Professor Morrison address this question of advertising?

Mr. Pagtakhan: I will reserve my points until the next round.

At this point I'd just like you to answer the following question. What programs does this tobacco company or industry have insofar as persuading young persons not to take up smoking?

Mr. Parker: We have for many years been a member of a coalition, which includes the Retail Council of Canada and other groups, that distributes information and door stickers to retailers to inform them of what the law is, to persuade them to

[Translation]

C'est une équation qui règne depuis des décennies, depuis l'autorisation de la publicité et de l'emballage distinct, alors que le marché n'a pas cessé de rétrécir, comme le démontrent les chiffres du gouvernement du Canada.

M. Pagtakhan: Vous parlez d'une baisse de la consommation. Cette baisse n'aurait-elle pas été beaucoup plus importante sans cette publicité massive?

M. Parker: Nous ne le croyons pas, monsieur.

M. Pagtakhan: J'aimerais demander à un de vos experts de répondre à cette question.

M. Parker: Je le ferai bien volontiers. Voici quand même un autre argument. Dans les pays qui interdisent la publicité depuis beaucoup plus longtemps que le Canada—la Finlande, par exemple—on a constaté que dix ans plus tard la consommation avait augmenté, surtout chez les jeunes. On a compté plus de fumeurs après l'interdiction de la publicité qu'avant.

Il suffit de voir ce qui se passe dans les divers pays du monde qui restreignent, autorisent totalement ou interdisent entièrement la publicité pour constater des effets fort différents qui confirment, à mon sens, qu'il n'y a pas de lien entre la publicité et la consommation.

M. Pagtakhan: Je peux vous dire, monsieur Parker, que la fréquence de la tuberculose au Canada et dans le monde a baissé depuis l'amélioration des conditions de vie en société. Cela n'a pas empêché les médecins et les scientifiques de continuer à chercher le remède magique de la tuberculose pour compléter les bienfaits de l'amélioration de la vie en société. Il est donc fallacieux de prétendre que cette baisse prouve que le prix n'a aucun effet sur la réduction du tabagisme. Est-ce que vous êtes d'accord?

M. Parker: Ce que je pense n'est pas ce que vous avez dit, docteur Pagtakhan. Le prix a effectivement une influence sur la consommation, comme on le dit clairement dans notre mémoire et dans le document d'*Informetrica/Jacobson*.

J'ai simplement indiqué que certaines mesures adoptées par les gouvernements, pas toutes, n'ont pas accéléré la baisse.

Je ne conteste nullement que le but du comité soit de trouver des mesures qui y parviendront. Nous ne sommes pas ici pour contester ce but. Nous soutenons simplement que l'emballage neutre ne donnera pas le résultat recherché.

Voulez-vous que le Pr Morrison parle de cette question de publicité?

M. Pagtakhan: Je reviendrai là-dessus à mon prochain tour.

Pour l'instant, je vous demande seulement de répondre à la question suivante. Quels programmes ce fabricant ou l'industrie du tabac ont-ils appliqués jusqu'à présent pour persuader les jeunes de ne pas commencer à fumer?

M. Parker: Nous sommes depuis des années membres d'une coalition, comprenant le Conseil des détaillants du Canada et d'autres groupes, qui distribue aux détaillants des renseignements et des autocollants les informant des exigences

[Texte]

train their staff to know what the law is, to not sell cigarettes to minors, and to ask for proof of age before they do so. We provide stickers for the doorways of the stores and for the front of the cash register, and reminder stickers for behind the cash register.

We supported the strengthening of penalties in legislation recently proclaimed by this government.

Mr. Pagtakhan: Thank you, Madam Chair.

[Traduction]

de la loi, leur conseillant de former leur personnel sur la teneur de la loi, c'est-à-dire de ne pas vendre des cigarettes aux mineurs et d'exiger une preuve d'âge avant de le faire. Nous leur donnons des autocollants à placer sur la porte d'entrée de leur magasin, ainsi que sur leur caisse enregistreuse côté client, et des autocollants de rappel pour la face intérieure.

Nous avons appuyé le renforcement des peines prévues par la loi récemment proclamée par le gouvernement actuel.

M. Pagtakhan: Merci, madame la présidente.

• 1230

Mr. Szabo: Mr. Parker, the graph says "Tobacco consumption trends".

Mr. Parker: Yes, sir.

Mr. Szabo: Consumption refers to amount, does it not? Yet the y axis on that graph is the percent of population, so that's more the number of consumers, not the number of cigarettes consumed.

Mr. Parker: Well, they'd bear some relation. The relationship is the intensity with which each person smokes.

Mr. Szabo: In fact, you could have the number of consumers go down but the amount of product consumed go up, could you not?

Mr. Parker: If people increased the intensity of their smoking. That has not been happening.

Mr. Szabo: So this actually could be misleading.

Mr. Parker: No, sir, I would not agree. These are Government of Canada figures. It's the measurement that the Government of Canada uses to track—

Mr. Szabo: But the graph says it's consumption, the amount of tobacco consumed. The y axis is the number of smokers. That could be a whole bunch of smokers who smoke just one cigarette a day or 25 cigarettes a day or two packs of cigarettes a day. It doesn't differentiate the amounts they consume; it simply is the number of smokers. So it might be inaccurate.

Mr. Parker: No, sir. I refer you to the Informetrica/Jacobson Consulting paper, which was provided to the committee. There is a thorough discussion of the relationship between prevalence, intensity or usage, and total consumption.

Mr. Szabo: Consumption is different from the number of consumers.

In any event, I want to go to Mr. Morrison, because he says on page 21 of your report—I looked at all of these and this is the one that interests me the most—that:

. . . in any oligopoly, decision makers in rival firms will do their utmost to preserve sales volume and to avoid a reduction in the rate of utilization of their human and capital resources.

Survival.

M. Szabo: Monsieur Parker, le graphique s'intitule: «Tendances de la consommation du tabac».

M. Parker: Oui monsieur.

M. Szabo: La consommation est exprimée en quantité, n'est-ce pas? Or l'axe y de ce graphique représente le pourcentage de la population; il s'agit donc du nombre de consommateurs, plutôt que du nombre de cigarettes consommées.

M. Parker: Disons qu'il y a un lien entre les deux, soit le nombre de cigarettes que chacun fume.

M. Szabo: En réalité, il se pourrait que le nombre de consommateurs baisse mais que la quantité de produit consommée augmente, n'est-ce pas?

M. Parker: Si les gens fument davantage. Ce n'est pas ce qui s'est produit.

M. Szabo: Donc ces chiffres pourraient être trompeurs.

M. Parker: Non, je ne le pense pas. Ce sont les chiffres du gouvernement du Canada. C'est la méthode utilisée par le gouvernement du Canada pour suivre. . .

M. Szabo: Mais le graphique porte sur la consommation, sur la quantité de tabac consommé. L'axe y représente le nombre de fumeurs. On pourrait avoir beaucoup de fumeurs qui ne fument qu'une cigarette par jour, ou d'autres qui en fument 25 ou 2 paquets par jour. Ce chiffre n'indique pas les quantités consommées par personne; c'est simplement le nombre de fumeurs. Il pourrait donc être inexact.

M. Parker: Non, monsieur. Veuillez vous référer au document Informetrica/ Jacobson Consulting, que le comité a reçu. On y trouve une analyse minutieuse de la relation entre la fréquence, l'intensité ou l'usage, et la consommation totale.

M. Szabo: La consommation est autre chose que le nombre de consommateurs.

De toute façon, je veux interroger M. Morrison, car il dit à la page 21 de votre rapport—j'ai tout regardé et c'est ce qui m'intéresse le plus—que:

Dans un marché oligopolistique, les décideurs d'entreprises rivales vont déployer tous les efforts nécessaires pour préserver leurs volumes de ventes et éviter une réduction du taux d'utilisation de leurs ressources humaines et financières.

La survie.

[Text]

Do you think they would go to such extents to preserve their sales by distributing scribblers to school children with cigarette advertising on them, by advertising in comic books in some other lands, by hiring blond-haired women to stand in front of schools with safari gear and give free cigarettes to 15 and 16-year-olds, or by sponsoring a rock concert where the only admission price was five empty packages of cigarettes? Do you think that would constitute businesses doing their utmost to preserve their market share?

Prof. Morrison: I know of no behaviour of Canadian manufacturers of the sort you have mentioned.

What I'm trying to emphasize here is the behaviour of competitors within an oligopoly, and this is a serious matter. It is part of a trail, if you like, that I have cut through a rather complicated set of relationships.

Mr. Szabo: Madam Chair, that isn't the question I asked.

Your point was that they would do their utmost to preserve their things.

Prof. Morrison: Their utmost to preserve market share.

Mr. Szabo: In your opinion, are Canadian tobacco manufacturers or producers or sellers in any way different from Americans in terms of their driving forces?

Prof. Morrison: I've done no study, but my hunch would be that they're not terribly different. I wouldn't think so.

Mr. Szabo: They're not terribly different. I would tell you, then, in the examples I gave you, about Marlboro cigarettes being advertised on scribblers,—

Prof. Morrison: I see.

Mr. Szabo: —about Camels being...

A final question. You watch advertising, and you've been around for a while, like all of us. You said that you had never seen Joe Camel.

Prof. Morrison: That's right.

Mr. Szabo: Have you ever seen a pack of Camel cigarettes on TV, in your entire lifetime?

Prof. Morrison: No, not to my recollection.

Mr. Szabo: Or on a billboard? Have you ever travelled to Florida?

Prof. Morrison: Yes, I have been in Florida.

Mr. Szabo: Yet you've never seen a package of Camel cigarettes advertised on a billboard or on TV?

Prof. Morrison: I must say that if I had, I hadn't noticed it. It hadn't made any impression on me. I can't recall seeing one.

Mr. Scott: I have to say that it's very difficult to be told by the group assembled on behalf of the manufacturers' association that you would simply accept the size of the market—I think "beyond our control" was the term you used—and you're

[Translation]

Pensez-vous que pour préserver leurs ventes, ils iraient jusqu'à distribuer aux écoliers des cahiers de brouillon faisant la publicité de cigarettes, jusqu'à faire de la publicité dans les bandes dessinées dans d'autres pays, à engager des jeunes femmes blondes en tenue safari pour distribuer des cigarettes gratuites à la sortie des écoles aux jeunes de 15 et 16 ans, ou à parrainer un concert de musique rock dont le prix d'entrée serait de cinq paquets vides de cigarettes? Pensez-vous que cela représente des fabricants déployant tous les efforts nécessaires pour préserver leur volume de ventes?

M. Morrison: Je ne connais pas de fabricant canadien qui aurait eu recours à de tels moyens.

Dans ce passage, j'essaie simplement de souligner le comportement de concurrents dans un marché oligopolistique, ce qui est sérieux. C'est un tronçon du sentier que j'ai, en quelque sorte, réussi à tracer au milieu d'un jeu de relations passablement compliqué.

M. Szabo: Madame la présidente, ce n'est pas la question que j'ai posée.

Vous soutenez que les fabricants feront tout ce qu'ils peuvent pour préserver leurs volumes de ventes.

M. Morrison: Tous les efforts nécessaires pour préserver leur part du marché.

M. Szabo: À votre avis, les fabricants, les producteurs ou les vendeurs de tabac canadien sont-ils animés par des motifs le moindrement différents de ceux des Américains?

M. Morrison: Je n'ai pas étudié cet aspect, mais je suis porté à penser que la différence serait plutôt mince. Il n'y a sans doute guère de différence.

M. Szabo: Il n'y a donc guère de différence. Je vous dirais alors, dans les exemples que j'ai cités, comme les cigarettes Marlboro annoncées sur les cahiers de brouillon, . . .

M. Morrison: Je vois.

M. Szabo: . . . comme les Camels que l'on . . .

Une dernière question. Vous regardez la publicité, et comme nous tous ici, ce n'est pas d'hier. Vous avez dit que vous n'avez jamais vu Joe Camel.

M. Morrison: C'est exact.

M. Szabo: Vous est-il arrivé au moins une fois de voir un paquet de cigarettes Camel à la télévision?

M. Morrison: Non, je ne m'en souviens pas.

M. Szabo: Ou sur un panneau publicitaire? Vous êtes-vous déjà rendu en Floride?

M. Morrison: Oui, je suis allé en Floride.

M. Szabo: Et pourtant vous n'avez jamais vu un paquet de cigarettes Camel annoncé sur un panneau ou à la télévision?

M. Morrison: J'en ai peut-être vu, mais cela ne m'a pas frappé. Je ne m'en suis pas rendu compte. Je ne me souviens vraiment pas d'en avoir vu.

M. Scott: Je trouve vraiment peu convaincant d'entendre un groupe constitué au nom de l'Association des fabricants nous dire que l'ampleur du marché leur échappe complètement, je pense que c'est ce que vous avez dit, et d'entendre dire que

[Texte]

telling us that it does not occur to you at all that for someone who has left the smoking community or is teetering on the brink, that your advertising, such as it is in terms of motor car racing and so on, would not impact. Are you really trying to convince us of that?

• 1235

Mr. Parker: I think the clearest response I can make is for a person contemplating smoking or becoming a smoker, there are two different decisions involved. The first one is whether or not to smoke, and that's a decision that is made or not made either in adolescence or in later life by most smokers. Once they have decided to smoke, then the question becomes which brand.

The same thing applies to you as consumers. If you see a gasoline advertisement, does this make you decide to go for an extra drive? Regarding beer, which is a widely promoted consumer product in all kinds of media, does the sight of a beer advertisement persuade any member of this committee or anyone else to drink more beer?

It's aimed at a choice of brand, and the influence that companies can exercise, or could exercise when they were able to advertise, or can influence to some modest extent with a package is only on the second decision. In other words, it's people who have already chosen to smoke. That's the same for most consumer products.

Mr. Scott: If that's the case, then the first decision that people have to make is whether or not to smoke.

Why is it so hard to read the warnings when the law doesn't tell you and pound you over the head that it has to be this big and this black and this white and this clear? Why is it that those warnings are so difficult to read? If you're not trying to impact on someone's decision as to whether or not to smoke, why do you go to that trouble if it's not having some impact on that decision?

Mr. Parker: With respect, I'd have to disagree with the premise. There are studies that have been done by Health Canada on the visibility of the current warnings—not the new 30% of the pack face ones, the current ones.

Mr. Scott: I've seen the warnings.

Mr. Parker: There have been visibility studies of those warnings, how visible they are against the coloured packages, in the colours chosen, relative to black and white standards and relative to each other. No deficiencies in visibility were found. The industry offered in writing to the Department of Health in, I believe, 1986—it was before I was retained by the industry—to change any packages that did not meet standards the government wanted in terms of visibility. There was no response ever made to that. I'd be happy to provide you with a copy of the correspondence if it's of interest.

Mr. Scott: Again, that strains credibility. I've seen these packages, and you have to really work hard at this, or else someone's going to have to do a study on my eyes, because you cannot pick that out the way you pick out Cameo on those packages.

Mr. Parker: One way of measuring whether you can pick it out is to measure perceptions of risk. Do Canadians understand the health risks that are associated with consumption of tobacco? The latest study on that put out by Health Canada last

[Traduction]

vous ne vous rendez pas compte qu'une personne qui a cessé de fumer, ou qui est sur le point de le faire, ne serait pas influencée par votre publicité, avec ses images de courses automobiles, etc. Essayez-vous vraiment de nous en convaincre?

• 1235

M. Parker: Le plus simple est de dire qu'une personne qui se prépare à fumer a deux sortes de décisions à prendre. La première est de décider de fumer ou de ne pas fumer, décision que l'on prend pendant l'adolescence ou plus tard pour la plupart des fumeurs. Quand on a décidé de fumer, l'autre question est de savoir quelle marque.

C'est la même chose que pour les autres produits de consommation. Quand on voit la publicité d'une essence, est-ce qu'on fait un détour pour aller s'en procurer? Au sujet de la bière, qui fait l'objet d'une publicité considérable dans tous les médias, est-ce que la vue d'une annonce publicitaire va persuader l'un d'entre vous ou quiconque d'autre de boire plus de bière?

La publicité vise le choix de la marque, et l'influence que les fabricants peuvent exercer, ou pouvaient exercer quand ils avaient le droit de faire de la publicité, ou que l'on peut exercer dans une petite mesure avec un emballage ne porte que sur la deuxième décision. Cette publicité ne vise que les personnes qui ont déjà décidé de fumer. C'est vrai pour la plupart des produits de consommation.

M. Scott: Dans ce cas, la première décision à prendre est celle de fumer ou de ne pas fumer.

Pourquoi est-il si difficile de lire les avertissements quand la loi ne vous oblige pas à les inscrire bien clairement en lettres très lisibles, noires ou blanches? Pourquoi ces avertissements sont-ils si difficiles à lire? Si vous n'essayez pas d'inciter une personne à fumer, pourquoi vous donnez-vous tout ce mal si l'avertissement n'a aucune influence sur la décision?

M. Parker: Sauf votre respect, je ne suis pas d'accord avec votre prémisse. Santé Canada a fait des études sur la visibilité des avertissements actuels, pas la nouvelle condition de 30 p. 100 de la surface du paquet, mais ceux qui sont encore en vigueur.

M. Scott: J'ai vu les avertissements.

M. Parker: On a fait des études de visibilité de ces avertissements, pour déterminer à quel point ils sont visibles par rapport à la couleur des emballages, aux couleurs choisies, par rapport aux normes en noir et blanc et les uns par rapport aux autres. Aucune insuffisance de visibilité n'a été relevée. L'industrie a offert par écrit au ministère de la Santé en 1986, je crois—c'était avant que l'industrie retienne mes services—de modifier les paquets qui ne répondent pas aux normes de visibilité exigées par le gouvernement. Elle n'a jamais reçu de réponse. Je vous remettrai volontiers une copie de cette correspondance si cela vous intéresse.

M. Scott: Je répète que tout cela est bien difficile à croire. J'ai vu ces paquets, et je dois vraiment écarquiller les yeux, ou bien il va falloir que je me fasse examiner la vue, car ces avertissements ne sautent pas aux yeux comme le nom Cameo sur ces emballages.

M. Parker: Une façon de voir si les messages sont clairs est de mesurer la perception du risque. Les Canadiens comprennent-ils les risques qu'ils prennent pour leur santé en fumant? L'étude la plus récente publiée l'an dernier par Santé

[Text]

year said the health risks associated with smoking are the highest of any other risks in society. They are high at all ages. They are high for 12-year-olds and they are high for 70-year-olds. There are not significant differences across the age groups.

We believe that Canadians are very well informed about the risks associated with it. The warnings are about to become much more visible in terms of both size and colour specifications. The first packages, as I think you are aware, are beginning to appear on the market now.

Mr. Scott: By virtue of legislation. You are talking about the fact that people are aware of the risk and therefore what's the point. Surely you are not suggesting that there's not some repetitive value. Everyone is aware of Santa Claus, but try to avoid him at Christmastime. People acknowledge the value of being reminded of that knowledge. That's what these are for.

Mr. Parker: I ask Dr. Amit to respond to that. If you've read his CV, you will know that he is an expert on people's experience with dependent substances, including nicotine. He's written books on the subject, and studies, and has a long clinical experience with it.

• 1240

Professor Zalman Amit (Psychology, Concordia University): The study the Canadian Cancer Society commissioned I think makes it very clear that plain packaging with a health warning or brand packaging with a health warning, with cluttered packages or uncluttered packages, do not make any difference in the perception of the health warning. The health warning is exactly the same.

Ms Fry: Thank you, gentlemen, for coming. I must admit, Dr. Amit, common sense would tell me that if I saw a white piece of paper with one thing written on it—big, black—I would notice it more than if it had a lot of flowers and drawings around it. There you go. Maybe I just perceive things differently from other people.

You say that you do not aim your advertising at all at young people or at trying to get them to smoke. Mostly you are just trying to get people to change brands. As a follow-up to that, someone asked the doctor at the end whether or not he has ever seen Joe Camel and he said no. Possibly he has not noticed Joe Camel because Joe Camel is not aimed at an adult audience.

Studies were done by Fisher et al in 1991 in the United States suggesting that even very young children were aware of the Joe Camel campaign. In this study, three through six-year-old children were asked to match each of 22 brand logos on cards to 12 products. Ten of the logos were from children's products and five from cigarette brands. The recognition rate for Old Joe ranged from 30% for three-year-olds to 91% for six-year-olds. In fact, by the age of six, the face of Old Joe and the silhouette of Mickey Mouse, the logo for the Disney channel, were equally well recognized.

Possibly, your age precludes your noticing Joe Camel. It is not targeted at your audience but possibly at young people.

[Translation]

Canada révèle que les risques pour la santé reliés au tabagisme sont les plus élevés dans la société. Ils sont perçus comme élevés à tous les âges. Ils le sont par les jeunes de 12 ans aussi bien que par les personnes de 70 ans. Il n'y a guère de différence entre les divers groupes d'âge.

Nous croyons que les Canadiens sont très bien informés des risques liés au tabagisme. Les avertissements seront bientôt beaucoup plus visibles par leur grosseur et par leur couleur. Vous savez sans doute que les nouveaux paquets commencent à sortir sur le marché.

M. Scott: Grâce à la loi. Vous dites que les gens sont informés du risque, donc, à quoi bon? Vous ne direz sûrement pas qu'il ne sert à rien de répéter le message. Tout le monde connaît le Père Noël, mais il est bien difficile de l'éviter pendant les fêtes de Noël. Les gens reconnaissent qu'il est utile qu'on le leur rappelle. C'est toute la raison d'être de ce battage.

M. Parker: Je demanderai au Dr Amit de répondre à cela. Vous aurez vu dans son CV qu'il est un spécialiste des toxicomanies, y compris la nicotine. Il a écrit plusieurs ouvrages et études sur la question et s'appuie sur une longue expérience clinique.

M. Zalman Amit (professeur, psychologie, Université Concordia): L'étude commandée par la Société canadienne du cancer prouve très clairement, je crois, que l'emballage neutre portant un avertissement sur la santé ou l'emballage de marque portant un tel avertissement, que l'emballage comporte beaucoup ou peu d'images, ne font aucune différence quant à la perception de l'avertissement pour la santé. L'avertissement pour la santé est exactement le même.

Mme Fry: Merci, messieurs, d'être venus. Je dois admettre, monsieur Amit, que le bon sens me dit que si je vois une feuille de papier blanc ne portant qu'une inscription, en grosses lettres et en noir, je remarquerai mieux le message que s'il est noyé dans des fleurs et autres dessins. Tout est là. Il se peut que je ne voie pas les choses comme tout le monde.

Vous dites que votre publicité ne vise nullement les jeunes et ne tente pas de les amener à fumer. Vous incitez essentiellement les gens à changer de marque. Dans cette veine, quelqu'un a demandé au docteur s'il avait déjà vu, oui ou non, Joe Camel. Il a répondu non. Peut-être est-ce parce que Joe Camel n'est pas une publicité qui vise les adultes.

Des études menées par Frish et ses collègues en 1991, aux États-Unis, semblent indiquer que même les très jeunes enfants connaissaient la campagne Joe Camel. On a demandé par exemple à des enfants de trois à six ans d'assortir à 12 produits 22 logos de marque sur des cartons. Douze des logos présentaient des produits pour enfants et cinq des marques de cigarette. Le taux de reconnaissance du Vieux Joe allait de 30 p. 100 pour les enfants de trois ans à 91 p. 100 pour les enfants de six ans. Donc, dès l'âge de six ans, les enfants reconnaissaient tout aussi bien le visage du Vieux Joe que la silhouette de Mickey, le logo de la chaîne Disney.

Il est possible que votre âge vous empêche de remarquer Joe Camel. Il ne s'adresse pas à votre niveau d'âge, mais plutôt aux jeunes.

[Texte]

Imperial Tobacco documents show that before advertising was banned in Canada, some of the most heavily weighted target groups were boys and girls aged 12 to 17. How can you justify or explain that given your recent statement about not targeting young people?

Mr. Parker: It is contradicted flatly by the court record, Dr. Fry. I gave a letter to the clerk this morning relating to Mr. Pollay's testimony and attached some extracts from the court testimony. There were 10 years of marketing, advertising and research documents filed with the court in that trial, which covered a period lasting almost a year. They were examined extensively by government witnesses.

In the case of one company, Imperial Tobacco, there were two studies that related to people below the age of 18. There were none with the other company involved. All of their targets—

Ms Fry: Okay—

Mr. Parker: If I could just finish answering the question, one of them, which dealt with smoking initiation and why they are smokers, dealt with 16, 17 and 18-year-olds, which was then above the legal age for purchase of tobacco in Canada. Another study was an attitudinal study on attitudes toward tobacco regulation and control, exactly the same kind of topic we are discussing this morning.

It was a multiple-year interview process that concluded that there was nothing that the companies could do to influence that environment. The purpose of the study had nothing to do with intention to smoke, brand, promotion of a cigarette, or targeting them. It is simply and flatly untrue that any of the Canadian companies have used targeted advertising or promotion techniques aimed at people below the legal age to purchase tobacco. I would urge you to consult the court transcript. It bears that out.

Ms Fry: You suggested that Imperial Tobacco obviously was doing this, which nobody approved of. Is Imperial Tobacco no longer allowed to play in the same sand box?

Mr. Parker: No.

Ms Fry: Anyway, I just wanted to ask you a question. You suggested that these surveys were done, attitudinal surveys, etc., and nothing was done on intent to smoke, etc. I would suggest that much of advertising has to do with those kinds of cognitive things like attitudes. That is why people do those surveys, to find out how they can assess attitudes, in other words pick up on those attitudes to put forward in their advertising. I think it is a very relevant kind of survey you have been doing.

• 1245

One final thing. You suggest that plain packaging will not make a difference at all to tobacco consumption and therefore we should not do it. You were arguing the same thing when we were talking about taxation increases, saying taxation increases will not make any difference at all. In fact, a lot of money and time was spent for most of the middle and early part of the 1980s by the tobacco companies trying to stop this move. You say it has worked. Could you be wrong a second time with regard to plain packaging?

[Traduction]

Les documents d'Imperial Tobacco montrent qu'avant l'interdiction de la publicité au Canada, certains des groupes visés avec le plus d'intensité étaient les garçons et les filles de 12 à 17 ans. Comment pouvez-vous le justifier ou l'expliquer alors que vous venez d'affirmer que la publicité ne visait pas les jeunes?

M. Parker: Cette affirmation est contredite sans ambages par le compte rendu du tribunal, madame Fry. J'ai remis à la greffière ce matin une lettre relative au témoignage de M. Pollay, avec quelques extraits du témoignage au tribunal. Ce procès, qui a duré plus d'un an, a donné lieu au dépôt de dix années de documents de commercialisation, publicité et recherche. Les témoins du gouvernement les ont examinés dans leurs moindres détails.

Dans le cas d'une société, Imperial Tobacco, deux études avaient trait aux moins de 18 ans. Aucune étude analogue n'a porté sur l'autre société en cause. Tous les clients qu'ils visaient... .

Mme Fry: Bon... .

M. Parker: Permettez-moi de finir de répondre à la question. Une de ces études, portant sur l'initiation au tabagisme et sur ce qui portait les jeunes à fumer, visait les jeunes de 16, 17 et 18 ans, âges auxquels il était alors permis d'acheter du tabac au Canada. Une autre étude portait sur les attitudes relatives à la réglementation et aux mesures anti-tabac, soit exactement ce dont nous parlons ce matin.

Une série d'entrevues établies sur plusieurs années a permis de conclure que les fabricants n'avaient aucun moyen d'exercer une influence sur ce milieu-là. L'objet de l'étude n'avait aucun rapport avec l'intention de fumer, la marque, la promotion d'une cigarette, ou le fait de viser ce groupe. Il est purement et simplement faux de dire qu'un fabricant canadien a recouru à des méthodes de publicité ou de promotion visant spécifiquement les jeunes qui n'avaient pas l'âge légal pour acheter du tabac. Je vous exhorte à consulter le compte rendu du tribunal. Il le démontre clairement.

Mme Fry: Vous avez laissé entendre qu'Imperial Tobacco l'a manifestement fait, et que personne ne l'approuvait. Est-ce que la société Imperial Tobacco n'est plus autorisée à jouer dans le même carré de sable?

M. Parker: Non.

Mme Fry: Enfin, je voulais simplement vous poser une question. Vous avez parlé de ces diverses enquêtes, des enquêtes sur les attitudes, etc., et dit qu'on n'a rien fait à propos de l'intention de fumer, etc. J'ai bien l'impression qu'une bonne partie de la publicité s'adresse aux comportements cognitifs comme les attitudes. C'est pour cela que les gens font ces enquêtes, pour découvrir comment ils peuvent évaluer les attitudes, ou plus exactement choisir les attitudes à mettre en vedette dans leur publicité. Je pense que votre enquête était tout à fait dans cette veine.

Un dernier point. Vous laissez entendre que l'emballage neutre n'aura absolument aucune influence sur le tabagisme et que nous ne devrions donc pas l'adopter. Vous souteniez la même chose quand nous parlions des augmentations de taxe, affirmant qu'elles n'auraient, non plus, aucune influence. Pourtant, pendant une bonne partie des années 80, les fabricants de tabac ont consacré beaucoup d'argent et de temps à tenter de bloquer cette décision. Vous dites que cela a réussi. Pourriez-vous nous tromper une deuxième fois au sujet de l'emballage neutre?

[Text]

Mr. Parker: Madam Chair, I think it is important to be quite specific about what the companies were arguing during the 1980s. What they were—

Ms Fry: I have seen most of that submission. I think we should just—

Mr. Parker: No, it was not just one submission. There were repeated submissions to government. The question being argued was that these large and continued tax increases would cause smuggling. Governments resolutely ignored that prediction. It was only this February that two newly appointed governments, one in Quebec and one here in Ottawa, moved to stop the smuggling. It was smuggling that we were objecting to, not the level of taxes.

Ms Fry: Mr. Parker, my reading of some of the data during that time told me that was not smuggling. It was the fact that price, taxing, etc., would not work.

There is also one comment I would like to make. This graph, as Mr. Szabo was pointing out, does not really show that the trends and the rate of smoking cessation in Canada, having started higher than the United States, was about 30% steeper at the time when this country started its complete strategy against smoking. In fact, we did our drop faster. I think that shows what we were doing actually did work. This was a comment, not a question.

Thank you.

Mr. Pagtakhan: I am looking at the same graph. Those data, did you separate between adults and youth?

Mr. Parker: These data reflect exactly what the Government of Canada produces. The definition that the Government of Canada uses in its surveys, Statistics Canada, is on the chart in the lower right-hand corner. Smokers 15 years of age and above—that is what they measure.

Mr. Pagtakhan: Including adults, of course.

Mr. Parker: Yes.

Mr. Pagtakhan: There is a study, I suggest to you, that segments the adults from the youth. The effect on the youth is far, far steeper in decline. I can provide you with the study.

Mr. Parker: All right.

Mr. Pagtakhan: Perhaps it will convince you of the effect of tax increase on tobacco consumption decrease.

Mr. Parker: If you would consult the Infometrica/Jacobson document, Dr. Pagtakhan, there are charts in that that separate the impact on younger smokers. It is certainly true that there has been a steeper rate of decline in smoking by young people.

The point I wish to make is that the rate of decline began prior to the tax increases. It extends well back. It is not identical with that line. It is different. For a time, some young people's smoking went up before beginning a decline in terms of prevalence. The trend precedes the particular measures I was talking about. I think that is the key point. I have seen the charts. They are in that study.

[Translation]

M. Parker: Madame la présidente, je pense qu'il est important de bien préciser ce que les fabricants soutenaient pendant les années 80. Ce qu'ils...

Mme Fry: J'ai lu presque tout ce mémoire. Je pense que nous devrions simplement...

M. Parker: Non, ce n'était pas seulement un mémoire. Le gouvernement a reçu des mémoires successifs. On y soutenait que ces augmentations de taxe considérables et continues provoquaient de la contrebande. C'est une prédiction que les gouvernements n'ont pas voulu entendre. Ce n'est qu'en février dernier que deux nouveaux gouvernements, celui du Québec et celui d'Ottawa, ont agi pour arrêter la contrebande. Nos objections portaient sur la contrebande, et non sur le niveau des taxes.

Mme Fry: Monsieur Parker, d'après ce que j'ai lu dans les documents de cette époque, on ne parlait pas de contrebande. On disait seulement que le prix, les taxes, etc., ne donneraient aucun résultat.

J'ai un autre commentaire à faire. Ce graphique, comme l'a signalé M. Szabo, ne fait pas ressortir que les taux de cessation du tabagisme au Canada, alors qu'on partait de plus haut que les États-Unis, étaient d'environ 30 p. 100 plus élevés à l'époque où notre pays a lancé sa stratégie anti-tabac. En réalité, la baisse s'est produite plus rapidement. Je pense que cela prouve que ce que nous faisions était valable. C'était plutôt un commentaire, pas une question.

Merci.

M. Pagtakhan: Je regarde le même graphique. Ces chiffres font-ils la distinction entre les adultes et les jeunes?

M. Parker: Ces chiffres reproduisent exactement ce que le gouvernement du Canada publie. La définition que le gouvernement du Canada, c'est-à-dire Statistique Canada, utilise dans ses enquêtes figure sur le graphique, en bas à droite. Il s'agit de fumeurs de 15 ans et plus, c'est tout ce que l'on mesure.

M. Pagtakhan: Y compris les adultes, naturellement.

M. Parker: Oui.

M. Pagtakhan: J'ai bien l'impression qu'il existe une étude qui sépare les adultes des jeunes. On constate chez les jeunes une baisse beaucoup, beaucoup plus rapide. Je peux vous communiquer cette étude.

M. Parker: Je veux bien.

M. Pagtakhan: Peut-être cela vous convaincra-t-il des effets que l'augmentation de la taxe sur le tabac a eus sur la baisse de la consommation.

M. Parker: Le document Infometrica/ Jacobson contient justement des graphiques qui mesurent de façon distincte les effets sur les jeunes fumeurs. Il est bien vrai que le tabagisme a diminué plus rapidement chez les jeunes.

Je veux simplement signaler que la baisse a commencé avant les augmentations de taxe. Elle remonte à beaucoup plus loin. Ce n'est pas la même ligne que celle-ci, c'est une ligne différente. Pendant quelque temps, le tabagisme chez certains jeunes a augmenté avant que son importance relative commence à baisser. La tendance a précédé les mesures particulières dont je parlais. Je pense que c'est le facteur essentiel. J'ai vu les graphiques. Ils sont dans cette étude.

[Texte]

Mr. Pagtakhan: I would like to come back to Dr. Amit.

You indicated in your report on page three that the study by the Ontario Research Unit of the Centre for Health Promotion, conducted by the University of Toronto, as funded by the Canadian Cancer Society, indicated, and I quote:

...the report is an all too obvious example of "mission" research carried out to confirm conclusions that its authors had already reached.

Prof. Amit: That is correct.

Mr. Pagtakhan: Tell the committee which will be more mission oriented, a study conducted by several professors, faculties and schools of research, market design and faculties of medicine, compared to a study commissioned by the Tobacco Manufacturers' Council, yourself, to do your evaluation. Which will be more mission research?

Prof. Amit: I would suggest to you that, first of all, the study that was done and commissioned by the Canadian Cancer Society was not done by a faculty of medicine and professors. It was done by two contracting companies. I believe one of them was called RBJ Health Management Associates. There were two consulting companies.

Mr. Pagtakhan: You are not aware that it included faculty from the University of Toronto, the University of Chicago, Ryerson University and York University.

• 1250

Prof. Amit: I thought the author was Josie d'Avernas, who is from a company that does contract research, and then the other author in one report and not in the other report was a Professor Foster from Ryerson. I am not aware of any other author of these two versions of the report that have been provided. So, no, I am not aware of that.

Mr. Pagtakhan: If I could provide you with the evidence, will you admit to the committee that type of study is less mission oriented than your evaluation, which was commissioned—

Prof. Amit: Absolutely not, sir. I have done an evaluation of a report that was submitted, as an expert who does that on a regular basis. I was paid by the Canadian Tobacco Manufacturers' Council for my evaluation and consulting fees, by the hour. I do not see what the person who paid me or the body that paid me has to do with the integrity of my evaluation. I would like to assure you, sir, that if this committee had commissioned me to do this evaluation, my recommendations and conclusions would have been exactly the same.

Mr. Pagtakhan: On your statement about the experts, you can appreciate why I am probing these questions with you.

Prof. Amit: Sure.

Mr. Pagtakhan: Because you made very strong statements as well.

Prof. Amit: That is correct.

Mr. Pagtakhan: You indicated, and I quote, "it is far from clear that the individuals concerned"—referring to the experts interviewed for this study—"were, in fact, experts in any field relevant to the enquiry".

[Traduction]

M. Pagtakhan: J'aimerais revenir à M. Amit.

À la page quatre de votre rapport, vous avez indiqué que l'étude faite par l'Unité de recherche pour l'Ontario du Centre de promotion de la santé de l'Université de Toronto, projet réalisé grâce à une subvention de la Société canadienne du cancer, et je cite:

... le rapport est un exemple par trop évident de «recherche orientée» effectuée pour confirmer les conclusions que les auteurs ont déjà tirées.

M. Amit: C'est exact.

M. Pagtakhan: Veuillez dire au comité ce qu'on peut considérer comme la recherche la plus orientée, celle que réalisent plusieurs professeurs, facultés et écoles de recherche et d'étude des marchés, et facultés de médecine, ou une étude commanditée par le Conseil des fabricants de tabac, vous, en l'occurrence, pour faire votre évaluation. Laquelle des deux recherches est la plus orientée?

M. Amit: Je dois d'abord vous faire remarquer que l'étude réalisée et financée par la Société canadienne du cancer n'a pas été effectuée par une faculté de médecine ni par des professeurs. Elle a été effectuée par deux sous-traitants. Je crois que l'un deux s'appelait RBJ Consulting. Il y avait deux cabinets de consultants.

M. Pagtakhan: Vous ne savez pas que des professeurs de l'Université de Toronto, de l'Université de Chicago, de l'Université Ryerson et de l'Université York y ont participé.

M. Amit: Je croyais que l'auteur était José Dovemess, membre d'un cabinet qui fait de la recherche à contrat, et que l'autre auteur pour un seul des deux rapports était le professeur Foster de Ryerson. Je ne savais pas qu'un autre auteur avait participé à ces deux versions du rapport.

M. Pagtakhan: Si je pouvais vous en donner la preuve, reconnaîtriez-vous devant le comité que de telles études sont moins orientées que votre évaluation, qui a été commanditée...

M. Amit: Absolument pas, monsieur. J'ai fait une évaluation du rapport qu'on m'a soumis, comme j'en fais régulièrement. C'est le Conseil canadien des fabricants de tabac qui a acquitté ma note d'honoraires, calculée à l'heure. Je n'accepte nullement que la personne ou l'organisme qui m'a versé des honoraires puisse avoir une influence quelconque sur l'intégrité de mon expertise. Je peux vous garantir, monsieur, que si le comité avait retenu mes services pour faire cette évaluation, mes recommandations et conclusions auraient été exactement les mêmes.

M. Pagtakhan: Compte tenu de ce que vous avez dit sur les experts-conseils, vous pouvez comprendre pourquoi je vous pose ces questions.

M. Amit: Certainement.

M. Pagtakhan: Car votre affirmation était très difficile à accepter.

M. Amit: Je le reconnais.

M. Pagtakhan: Vous avez noté, et je cite: «Il est loin d'être évident que les personnes en question»—c'est-à-dire les personnes interrogées au cours des entrevues—«étaient, en fait, des spécialistes d'un domaine pertinent à l'enquête».

[Text]

Prof. Amit: That is correct.

Mr. Pagtakhan: You said that. If I show you proof that these experts were indeed recognized experts in package design, marketing and/or tobacco research and behaviour research, would you be assured of the expertise of these people?

Prof. Amit: Not in the least bit. Sir, a research report should state in it what are the sources of data being used. That was not done in this particular report.

I have seen the list of these people. It is in the appendix to the paper. There is no information provided in that appendix as to how they were chosen, why they were chosen, what was their objectivity, what was the reason 20 of the 47 people who were approached refused to participate, and why were at least three of them changed and dumped the evaluation on somebody else without giving any reasons why they had done so.

I also suggest in this area of expertise, sir, that you do not use opinions of experts as part of the data of a research project, which was done exactly in this study. This is a major violation of sound research methodology.

What they say is an opinion. What I said about this report is an opinion. This is not data. It is not research. Yet the report clearly presents the information of these experts as part of the data of the study. That is a major invalid procedure in research methodology, sir.

Mr. Pagtakhan: One other concern that you raised was about sample size. It was small.

Prof. Amit: The sample size was very small, yes.

Mr. Pagtakhan: Particularly with reference to the section on the product choice component of the study.

Prof. Amit: It was particularly with reference to the non-smokers, sir.

Mr. Pagtakhan: Yes.

Prof. Amit: There were 39—it was in the 30s—the number of non-smokers. The report admits the target population of the whole purpose of the exercise was about 31, with some sub-groups as small as four.

Mr. Pagtakhan: What conclusion did you draw from that data?

Prof. Amit: I did not draw anything from that data, except that this study is invalid.

Mr. Pagtakhan: I thought you recalled from your brief, and correct me if I am mistaken, that you indicated it would suggest the opposite conclusion.

Prof. Amit: That was from a sample of 49 people who were offered a choice between a brand and plain packages. The majority of them chose plain packages. That was with a sample about one and a half times larger than the entire non-smoking population of that study.

Mr. Pagtakhan: In other words, what I read from your report is that you criticized, on the one hand, the small size of the sample, and then on the other drew a conclusion from the small size of the sample. I cannot reconcile the two. That is my observation.

[Translation]

M. Amit: C'est exact.

Mr. Pagtakhan: C'est ce que vous avez dit. Si je vous démontre que ces spécialistes étaient effectivement des spécialistes reconnus en conception d'emballage, en commercialisation ou en recherche sur le tabac et sur les comportements, seriez-vous rassuré sur leur compétence?

M. Amit: Pas le moins du monde. Un rapport de recherche doit mentionner les sources des données utilisées. Le rapport en question ne l'a pas fait.

J'ai vu la liste de ces personnes. Elle est annexée au rapport. On ne dit nulle part dans cette annexe comment ces personnes ont été choisies, pourquoi on les a choisies, si elles étaient neutres, pourquoi 20 des 47 personnes invitées ont refusé de participer, et pourquoi au moins trois ont changé d'avis et repassé l'évaluation à quelqu'un d'autre sans donner de motif.

Je pense en outre que dans ce domaine de spécialisation, on ne peut pas citer des avis de spécialistes comme faisant partie des données d'un projet de recherche, comme cela s'est justement fait pour cette étude. C'est une grave contravention aux méthodes de recherche éprouvées.

Ce qu'on y trouve, c'est une opinion. Ce que j'ai dit au sujet de ce rapport est une opinion. Ce ne sont pas des faits. Ce n'est pas de la recherche. Pourtant, le rapport présente manifestement les avis de ces spécialistes comme faisant partie des données de l'étude. Cette démarche est totalement inacceptable en méthodologie de recherche.

Mr. Pagtakhan: Vous avez également indiqué que vous n'étiez pas satisfait de l'importance de l'échantillon. Il était restreint.

M. Amit: Oui, l'échantillon était vraiment très petit.

Mr. Pagtakhan: Surtout pour la section de l'étude portant sur le choix du produit.

M. Amit: C'était surtout à propos des non-fumeurs, monsieur.

Mr. Pagtakhan: Oui.

M. Amit: Il était question de 39, ou d'une trentaine de non-fumeurs. On reconnaît dans le rapport que l'échantillon visé pour la totalité de l'exercice était d'environ 31 personnes, avec quelques sous-groupes d'au plus quatre personnes.

Mr. Pagtakhan: Qu'avez-vous conclu de ces données?

M. Amit: Je n'en ai rien conclu, sinon que cette étude n'était pas valable.

Mr. Pagtakhan: Vous disiez sauf erreur dans votre mémoire que cela vous conduisait à la conclusion inverse.

M. Amit: C'était à propos de l'échantillon de 49 personnes à qui on offrait le choix entre une marque de cigarette et un emballage neutre. La majorité de ces gens ont choisi l'emballage neutre. L'échantillon était d'environ une fois et demie plus nombreux que l'ensemble des non-fumeurs interrogés pour cette étude.

Mr. Pagtakhan: Autrement dit, je vois dans votre rapport que, d'une part, vous avez critiqué la petitesse de l'échantillon et, d'autre part, vous en avez tiré une conclusion. Je ne parviens pas à concilier les deux. C'est ce que j'en retire.

[Texte]

Prof. Amit: Sir, if you are asking me the question, my answer is that I did not draw those conclusions, by the way. I am quoting the authors of this paper to show that this was a major problem for their study. Then they dismissed it because maybe that was a result of novelty as opposed to some other factor, as if novelty is not a major variable in a situation like that. So these are not my conclusions; these are the conclusions of the authors of the paper.

Mr. Pagtakhan: Your field is behavioural science. Is that right?

Prof. Amit: Yes.

• 1255

Mr. Pagtakhan: The methodology in that field, what does it say about posing a question that is very personal? In other words, in asking a question on an issue that today is not socially sanctioned, what would be the likely reply?

Prof. Amit: Sir, I am not sure I understand your question.

Mr. Pagtakhan: The question is, what would you do or what do you think people of your age would do?

Prof. Amit: Yes.

Mr. Pagtakhan: The latter in research methodology is called depersonalizing the question.

Prof. Amit: No, it's creating cognitive dissidence.

Mr. Pagtakhan: Which is the better approach?

Prof. Amit: A much better approach is to ask them directly in a single blind study, as a small component of that study did when they presented them with packs of cigarettes and said to pick whatever they wanted. That is called a single blind empirical study, which in a small component of that study they have done. They gave them the results, but of course because these results went against their preferred conclusions, they decided to abandon them, sir.

Mr. Pagtakhan: Although my question was not about a single blind study, I appreciate that design as well. My question was, given two choices, a depersonalized type of question and one that questions you directly, which is more likely to give an objective result?

Prof. Amit: Sir, if you are asking me that as a hypothetical question, I will answer the question. It is much better to ask direct personal questions with all the proper research methodological controls and not ask them a question about what they think somebody else might do.

Mr. Pagtakhan: That is interesting, because in my reading of research methodology, if you use the direct question and if the issue reflects a situation that is already sort of socially not sanctioned, likely the researcher will obtain answers from the respondents to the effect of wanting to tell the researcher what the researcher wanted to hear.

[Traduction]

M. Amit: Si c'est une question que vous me posez, je vous dirai justement que je n'ai pas tiré ces conclusions. Je cite les auteurs de ce document pour montrer que cela compromettait gravement la validité de leur étude. Ils ont ensuite écarté le problème peut-être parce que c'était nouveau par rapport à d'autres facteurs, comme si la nouveauté n'était pas une variable importante dans une telle situation. Ce ne sont donc pas mes conclusions; ce sont celles des auteurs du document.

M. Pagtakhan: Votre spécialité est la science des comportements, n'est-ce pas?

M. Amit: Oui.

M. Pagtakhan: Quand on parle de méthodologie dans ce domaine, que peut-on attendre d'une question à caractère très personnel? Autrement dit, quand on pose une question sur un sujet qui n'est pas de nos jours socialement accepté, à quelle réponse faut-il s'attendre?

M. Amit: Excusez-moi, je ne suis pas sûr de bien comprendre votre question.

M. Pagtakhan: Disons que la question est: que feriez-vous, ou que pensez-vous que ferait une personne de votre âge?

M. Amit: Oui.

M. Pagtakhan: En méthodologie de recherche, la seconde question s'appelle une question dépersonnalisée.

M. Amit: Non, il s'agit de créer une dissidence cognitive.

M. Pagtakhan: Quelle est la meilleure démarche?

M. Amit: Une bien meilleure démarche consiste à poser la question directement dans une étude à simple insu, comme cela s'est produit au cours d'un petit élément de cette étude lorsqu'on a présenté aux participants des paquets de cigarettes et qu'on leur a dit de choisir celui qu'ils voulaient. C'est ce qu'on appelle une étude empirique à simple insu, qui est un petit élément de l'étude qu'ils ont faite. On leur a donné les résultats, mais comme ces résultats étaient naturellement contraires aux conclusions qu'ils auraient préférées, ils ont décidé de ne pas en tenir compte.

M. Pagtakhan: Même si ma question ne portait pas sur une étude à simple insu, c'est une méthode que je connais également. Je demandais plutôt si, en présence de deux choix, une question dépersonnalisée ou une question qui vous interroge personnellement, laquelle a le plus de chances de produire une réponse objective?

M. Amit: Si vous me posez une question hypothétique, je peux répondre. Il est bien préférable de poser des questions personnelles directes avec tous les contrôles méthodologiques appropriés plutôt que de demander à quelqu'un ce qu'il pense qu'une autre personne pourrait faire.

M. Pagtakhan: C'est intéressant, car d'après ce que je sais de la méthodologie de recherche, si l'on pose une question directe et qu'elle porte sur une situation qui fait déjà l'objet d'une sorte de réprobation sociale, il est probable que le chercheur va obtenir des réponses du genre de celles qu'il veut entendre.

[Text]

Prof. Amit: Yes, sir, you are quite right. That is why I suggested to do a single blind study in which the subject does not know what the researcher wants to hear, and that can be done.

Mr. Pagtakhan: Therefore, your answer to my original question ought to be, were I to follow your logic, that a depersonalized question compared to a personalized question is a far better approach in research methodology.

Prof. Amit: No, sir.

Mr. Pagtakhan: Well, we beg to disagree. Thank you.

La présidente suppléante (Mme Picard): Monsieur Parker, j'aimerais vous remercier pour votre exposé, ainsi que les gens qui vous accompagnent.

La séance est levée.

[Translation]

M. Amit: Oui, vous avez parfaitement raison. C'est pourquoi j'ai proposé de faire une étude à simple insu dans laquelle le sujet ne sait pas ce que le chercheur veut entendre, et cela peut se faire.

M. Pagtakhan: Par conséquent, si je suis votre logique, votre réponse à ma question originale devrait être qu'une question dépersonnalisée est bien meilleure qu'une question personnalisée en méthodologie de recherche.

M. Amit: Non monsieur.

M. Pagtakhan: Dommage que nous ne puissions nous mettre d'accord. Merci.

The Acting Chair (Mrs. Picard): Mr. Parker, I wish to thank you, and your colleagues, for your presentation and testimony.

The meeting is adjourned.

From the Canadian Tobacco Manufacturers Council:

Robert Parker, President;

Paul M. Jacobson, Jacobson Consulting Inc.;

Robert Morrison, Professor of Management, Faculty of Management, McGill University;

Duncan McKie, Vice-President, Decima Research;

Zalman Amit, Centre for Studies in Behaviour Neurobiology, Concordia University.

Du Conseil canadien des fabricants des produits du tabac:

Robert Parker, président;

Paul M. Jacobson, Jacobson Consulting Inc.;

Robert Morrison, professeur en gestion, Faculté de gestion, Université McGill;

Duncan McKie, vice-président, Decima Research;

Zalman Amit, Centre d'études de comportement neurobiologique, Université Concordia.

MAIL POSTE

Canada Post Corporation/Société canadienne des postes

Postage paid

Port payé

Lettermail

Poste—lettre

8801320

OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré-Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré-Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

Harold Culbert, M.P.

From the Government of Nova Scotia:

The Honourable Ron Stewart, Minister of Health.

From the National Association of Tobacco and Confectionery Distributors:

Luc Dumulong, Executive Vice-President;

Mark Tobenstein, President and owner, Regitan Co. Ltd., President of the N.A.T.C.D.;

Richard Guindon, Director, A.C. Limoges Inc.

From the Legislative Assembly of Ontario:

Leo Jordan, M.P.P.;

Robert Runciman, M.P.P.

From the City of Smiths Falls:

Laurence Lee, Mayor.

From the Patent and Trademark Institute of Canada:

Robert Gould, Secretary;

Christopher Brett, Member of the Trademark Legislation Committee.

From Alberta Action on Smoking and Health:

Roger Hodkinson, Chairman;

Les Hagen, Executive Director.

(Continued on previous page)

TÉMOINS

Harold Culbert, député

Du gouvernement de la Nouvelle-Écosse:

L'honorable Ron Stewart, ministre de la Santé.

De l'Association nationale des distributeurs de tabac et de confiserie:

Luc Dumulong, vice-président exécutif;

Mark Tobenstein, président et propriétaire, Regitan Co. Ltd.,
Président de l'ANDTC;

Richard Guindon, directeur, A.C. Limoges Inc.

De l'Assemblée législative de l'Ontario:

Leo Jordan, député provincial;

Robert Runciman, député provincial.

De la ville de Smiths Falls:

Laurence Lee, maire.

De l'Institut canadien des brevets et marques:

Robert Gould, secrétaire;

Christopher Brett, membre du Comité législatif des marques.

De Alberta Action on Smoking and Health:

Roger Hodkinson, président;

Les Hagen, directeur exécutif.

(Suite à la page précédente)

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

